

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA POVIJEST UMJETNOSTI

ULOGA PRIVATNE KOLEKCIJE  
U POLJU SUVREMENE UMJETNOSTI

Diplomski rad

Mentorica: dr.sc. Jasna Galjer

Studentica: Jelena Tamindžija

Zagreb, 2014.

**Temeljna dokumentacijska kartica**

Sveučilište u Zagrebu

Diplomski rad

Filozofski fakultet

Odsjek za povijest umjetnosti

Diplomski studij

**ULOGA PRIVATNE KOLEKCIJE U POLJU SUVREMENE UMJETNOSTI**

Jelena Tamindžija

**SAŽETAK:**

Ekonomija i politika globaliziranog svijeta utjecale su na oblikovanje novog tipa kolekcionarstva umjetnosti pri čemu spekulativne dimenzije tržišta sudjeluju u vrednovanju umjetničkog djela. Kolekcionarstvo suvremene umjetnosti postaje meta kolekcionara kao mecene, ali i kolekcionara-investitora i korporacijskih agenata. Rad istodobno propituje filozofske koncepte kolekcionarstva kao i komercijalnu stranu skupljanja suvremene

umjetnosti iz kuta privatnih investitora i ekonomskih stručnjaka koji suvremenu umjetnost promatraju kao jednu od snažnih grana novog koncepta „kreativne ekonomije“.

Kao primjer privatne inicijative u Hrvatskoj odabrana je *Lauba – kuća za ljude i umjetnost* gdje je izložen dio *Filip Trade* kolekcije vlasnika Tomislava Klička, najveće kolekcije suvremene umjetnosti u Hrvatskoj. Nova točka suvremene umjetnosti, organizirana kao neprofitna udruga *Lauba*, restaurirana je zgrada bivšeg kompleksa Konjaničke vojarne austrougarske vojske otkupljenog za potrebe gradnje novog stambeno-poslovnog projekta „centra Čnomerec“ koji za cilj ima revitalizaciju zapadnog dijela Zagreba pri čemu *Lauba* ima funkciju stvaranja *kulturnog distrikta*. U kontekstu suvremene umjetnosti u Hrvatskoj, istraživanje je obuhvatilo odnos *Laube* kao privatne kolekcije i Muzeja suvremene umjetnosti, dok je perspektiva tržišta suvremene umjetnosti u Hrvatskoj ispitana u usporedbi *Laube* i korporativnih kolekcija, kao i u odnosu aukcijske kuće *Kontura* i trenutnog tržišta umjetnina.

Rad je pohranjen u: knjižnici Filozofskog fakulteta u Zagrebu.

Rad sadrži: 81stranicu, 13 reprodukcija. Izvornik je na hrvatskom jeziku.

Ključne riječi: *suvremena umjetnost, kolekcionarstvo, privatna kolekcija, državna kolekcija, korporativne kolekcije, Lauba – kuća za ljude i umjetnost, Filip Trade kolekcija, Tomislav Kličko, aukcijska kuća, kreativna ekonomija*

Mentorica: dr. sc. Jasna Galjer, red. prof., Filozofski fakultet u Zagrebu

Ocjenjivači:

Datum prijave rada:

Datum predaje rada:

Datum obrane rada:

Ocjena:

## Sadržaj:

UVOD .....	5
ZAHVALE .....	7
1    SUVREMENA UMJETNOST .....	8
1.1    PROBLEMATIČNOST TERMINA SUVREMENA UMJETNOST .....	8
1.2    DJELO SUVREMENE UMJETNOSTI: ZAKONI TRŽIŠTA .....	11
1.3    EKONOMSKE DEFINICIJE UMJETNOSTI.....	13
1.4    AKTERI U POLJU SUVREMENE UMJETNOSTI .....	16
2    KOLEKCIONARSTVO .....	19
2.1    MOTIVACIJA KOLEKCIONIRANJA .....	19
2.2    KOLEKCIONARSTVO SUVREMENE UMJETNOSTI: RAZVOJ MEĐUNARODNOG TRŽIŠTA.....	21
2.4    POZICIONIRANJE KOLEKCIONARA NA TRŽIŠTU .....	26
3.    PRIVATNO KOLEKCIONARSTVO U HRVATSKOJ.....	30
3.1    TOMISLAV KLIČKO I <i>FILIP TRADE</i> KOLEKCIJA .....	30
3.2    REALIZACIJA <i>LAUBE – KUĆE ZA LJUDE I UMJETNOST</i> .....	33
4.    FINANCIRANJE PRIVATNE INICIJATIVE.....	37
4.1    FINANCIRANJE PRIVATNE INICIJATIVE U HRVATSKOJ .....	37
4.2    SISTEM FINANCIRANJA PRIVATNIH INICIJATIVA U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA..	39
4.3    FUNDACIJE I NEPROFITNE ORGANIZACIJE KULTURE U HRVATSKOJ.....	41

5. PRIVATNA KOLEKCIJA I DRŽAVNA KOLEKCIJA – USPOREDNI PRIKAZ LAUBE – KUĆE ZA LJUDE I UMJETNOST I MUZEJA SUVREMENE UMJETNOSTI U ZAGREBU .....	44
6. KORPORATIVNE KOLEKCIJE (POSLOVNO KOLEKCIONARSTVO) .....	51
6.1 RAZVOJ KORPORATIVNIH KOLEKCIJA .....	51
6.2 KORPORATIVNE KOLEKCIJE U HRVATSKOJ: PRIMJER <i>ERSTE &amp; STEIERMÄRKISCHE BANKA</i> I <i>ZAGREBAČKA BANKA</i> .....	53
7. AUKCIJSKE KUĆE .....	57
7.1 ULOGA AUKCIJSKIH KUĆA .....	57
7.2 AUKCIJSKA KUĆA U HRVATSKOJ .....	60
8. PRIVATNA INICIJATIVA U KONTEKSTU STVARANJA KULTURNOG DISTRIKTA I KREATIVNE EKONOMIJE .....	63
ZAKLJUČAK .....	66
SAŽETAK .....	68
ILUSTRACIJE .....	70
POPIS LITERATURE .....	77
POPIS IZVORA .....	80

## UVOD

Diplomski rad predstavlja istraživanje kolekcionarstva suvremene umjetnosti u okviru kulturne politike i ekonomije na međunarodnom i hrvatskom tržištu. Analiza privatne *Filip Trade* kolekcije u vlasništvu kolekcionara Tomislava Klička početna je točka šireg istraživanja hrvatskog tržišta suvremene umjetnosti koji obuhvaća državne i privatne institucije. Usporedni prikazi s međunarodnim tržištem umjetnosti otvaraju prostor za propitivanje utjecaja različitih aktera u polju produkcije umjetnosti.

Problemi definiranja termina suvremena umjetnost pridonijeli su stvaranju nedovoljno jasnih ekonomskih kriterija za valoriziranje proizvoda na tržištu što je u konačnici rezultiralo spekulativnim radnjama i velikim oscilacijama na tržištu.

Prvi dio diplomskog rada obuhvaća pregled suvremene umjetnosti iz povijesnoumjetničke perspektive kao umjetnost koja predstavlja odmak od tradicionalnog proučavanja povijesti umjetnosti te iz ekonomske perspektive. Suvremena umjetnost interpretira se kroz prizmu zakona tržišta koji definiraju / stvaraju / poništavaju vrijednost umjetničkog djela. Poseban naglasak stavljen je na promatranje umjetnosti u doba globaliziranog svijeta kada umjetnost postaje roba u svjetskoj razmjeni dobara pri čemu nove svjetske sile stvaraju nova tržišta s novim ponudama i potražnjama kolekcionara. Ekonomske definicije umjetnosti pružaju novu perspektivu iz kuta gledanja ekonomskih stručnjaka koji također postaju akteri u „polju kulturne proizvodnje“, konceptu koji je izložio francuski filozof Pierre Bourdieu.

Poglavlje o kolekcionarstvu obuhvaća prikaz kolekcionarstva u okviru filozofskih promatranja o cilju i motivaciji kolekcioniranja. Suvremena umjetnost otkriva nove motivacije kolekcionara koji se ne kriju samo u mecenatskom pristupu umjetnosti već u novoj vrsti spekulatora-kolekcionara koji umjetnost promatra kao izvor zarade te je tretira kao investiciju visokog rizika, ali i visokog profita.

Istraživanje je obuhvatilo kolekcionarstvo na međunarodnom tržištu: stvaranje i razvoj tržišta kojim diktiraju vladajuće aukcijske kuće i „superkolekcionari“ poput Charlesa Saatchija ili Elija Broada. U radu su kolekcije podijeljene na privatne kolekcije koje se odnose na kolekcije privatnih fizičkih osoba te korporativne kolekcije tvrtki i banaka, te je potom dana usporedba s državnim kolekcijama. Kolekcije su proučavane kao privatne inicijative te je povučena paralela između uvjeta koje nudi država Hrvatska u odnosu na tržište Sjedinjenih Američkih Država koje zakonima omogućuju uspješnije poslovanje privatnih organizacija što naposljetku rezultira brojnim inicijativama za suvremenu umjetnost i stvaranje velikog tržišta.

Privatno kolekcionarstvo u Hrvatskoj obrađeno je na primjeru *Filip Trade* kolekcije kao najveće kolekcije suvremene umjetnosti u Hrvatskoj. Cjelokupna kolekcija pod nazivom neprofitne udruge *Lauba – kuća za ljude i umjetnost* predstavlja se javnosti 2011. godine smjestivši se u restauriranu jahaonicu austrougarske vojske sagrađenu 1910. godine kao dio Konjaničke vojarnje. Bilježivši svoje početke od 1991. godine, kolekcija je, oformivši se kao udruga, postala dio urbanog tkiva zapadnog Zagreba revitalizirajući bivši industrijski dio glavnog grada. Dijelom šireg projekta „centar Črnomerec“ koji obuhvaća stambeno-poslovni projekt na ovom dijelu Zagreba, *Lauba* je dobila uloga stvaranja „kulturnog distrikta“ na način na koji je suvremena umjetnost smatrana generatorom „kulturne ekonomije“ kao pokretačke snage ekonomije država. Upravo je *Lauba* na velika vrata uvela i legitimirala trend spajanja privatnog poduzetništva i kulture koji Hrvatska tek treba prepoznati kao veliki potencijal države te omogućiti zakonima veći broj privatnih inicijativa u kulturi.



## ZAHVALE

Ovaj rad nastao je tijekom studiranja na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, tijekom semestra provedenog u Veroni u okviru Erasmus programa razmjene studenata na Università di Verona: Facoltà di Lettere e Filosofia te tijekom certificiranog programa Cultural Diplomacy & International Relations na Institute for Cultural Diplomacy u Berlinu.

Željela bih zahvaliti osobama bez kojih realizacija ovog rada ne bi bila jednostavna. Zahvaljujem svojoj mentorici prof. dr. sc. Jasni Galjer na potpori tijekom pisanja diplomskog rada, ali i tijekom cijelog mog školovanja na Filozofskom fakultetu u Zagrebu dajući mi konstruktivne savjete, kritike i veliki poticaj pri istraživanju povijesno-umjetničkih tema.

Htjela bih također zahvaliti prof. dr. sc. Cristini Nardi Spiller s Ekonomskog fakulteta na Sveučilištu u Veroni koja je pratila tijek mog diplomskog rada pružajući mi stručnu podršku iz područja makroekonomije te ekonomije i menadžmenta umjetnosti.

Htjela bih također zahvaliti direktorima Instituta za kulturnu diplomaciju u Berlinu: Marku Donfriedu i Rosie Vilnius na detaljnoj edukaciji iz područja kulturne politike, prof. dr. sc. Kishoreu Chakrabortyju i prof. dr. sc. Nazaru Al Baharnu na višesatnim analizama slučaja iz područja ekonomije, kulture i politike.

Zahvaljujem sugovornicima u intervjuu koji su mi pomogli strukturirati diplomski rad: kustosici Vanji Žanko, kolekcionaru Tomislavu Kličku te cijelom timu *Laube – kuće za ljude i umjetnost* s kojima sam radila, direktoru aukcijske kuće *Kontura* Zdravku Mihočinecu i procjenitelju Nikoli Albanežu te direktoru Službe komunikacija *Erste & Steiermärkische banke* Dariju Gabriću.

Posebice zahvaljujem svojoj obitelji: ocu Vladimiru, majci Marici, sestri Dragani, zetu Antoniju te svojim nećacima na bezuvjetnoj ljubavi i podršci koju mi neprestano pružaju i koja mi predstavlja uvijek sigurnu pozadinu na kojoj dalje gradim život.

Zahvaljujem također svim svojim prijateljima iz Hrvatske i iz cijelog svijeta zbog velikog znanja koje su mi prenijeli i velikog broja različitih perspektiva koje su me naučile razmišljati u različitim kategorijama.

## 1.SUVREMENA UMJETNOST

### 1.1 PROBLEMATIČNOST TERMINA *SUVREMENA UMJETNOST*

*Contemporary art is the lifestyle of our generation.*<sup>1</sup>

Nemogućnost određivanja jednoznačne definicije suvremene umjetnosti određuje pravila u tržišnoj igri neprestanih promjena cijene umjetničkih djela suvremene umjetnosti. Kontekst suvremene umjetnosti obuhvaća sve veći broj aktera koji sudjeluju u njezinom definiranju. Miško Šuvaković u *Pojmovniku suvremene umjetnosti* natuknicu „suvremena umjetnost (contemporary art)“<sup>2</sup> objašnjava kao nedostavno definiranu. Suvremena umjetnost

---

<sup>1</sup> BEN LEWIS (rež.), „The Great Contemporary Art Bubble“, (London: BBC FOUR, 2009.)

<sup>2</sup> MIŠKO ŠUVAKOVIĆ, *Pojmovnik suvremene umjetnosti* (Zagreb: Horetzky Zagreb, 2005.), 604.

tako se odnosi na aktualnu umjetnost, to jest umjetnost koja se događa u trenutku kada se o njoj govori i piše. Već se na početku nailazi na problematičnost termina budući da se trenutak u kojoj se o njoj „govori i piše“ ne može jasno definirati u vremenskoj lenti. Pojam se prema Šuvakoviću počinje primjenjivati od 40-ih godina u britanskoj teoriji umjetnosti, dizajna i arhitekture, no postoji i definicija po kojoj suvremena umjetnost predstavlja umjetnost druge polovice XX. stoljeća pri čemu obuhvaća umjetnički i kulturološki podsistem umjetnosti XX. stoljeća određujući se kao završni stadij modernizma i početak postmodernizma. Upravo u takvoj odrednici i sam autor navodi slabu točku relativnog pojma suvremene umjetnosti jer se može primijeniti na modernu i postmodernu umjetnost te na njihove faze. Mnoge institucije prihvaćaju naziv suvremene umjetnosti, kao što je Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu, kako bi izbjegle jednosmjernu opredijeljenost. Šuvaković ističe kako zbog toga pojam treba shvatiti kao operativni i tehnički termin, a ne isključivu opredijeljenost za jednu od mogućih tendencija umjetnosti. Takav termin institucijama stoga omogućava praćenje suvremene umjetnosti kao duha vremena, promjene stilova i pokreta te „omogućava otvoren i promjenljiv nomadski pristup umjetnosti.“<sup>3</sup>

U osvrtima na suvremenu umjetnost, kao njena ključna karakteristika navode se upravo nove pojmovne kategorije, alati s kojima se treba pristupiti proučavanju i vrednovanju suvremene umjetnosti. Nove metode predstavljaju drukčiji pristup u proučavanju umjetnosti učinivši raskorak s tradicionalnim metodama proučavanja umjetnosti. Suvremena umjetnička djela slijede potpuno nove teoretsko-estetske kanone u odnosu na one iz tradicionalnog proučavanja povijesti umjetnosti. Novi pristup umjetnosti u kojoj posjetitelj muzeja ili kupac umjetnina nailazi na umjetnička djela ostvarena potpuno novim tehnikama i materijalima, ističe Codignola,<sup>4</sup> čini teškim vrednovanje suvremene umjetnosti u ekonomskom i umjetničkom pogledu.

Tumačenja suvremene umjetnosti napravila su otklon od formalne analize umjetničkih djela. Jedan je od najznačajnijih predstavnika navedene analize u povijesti umjetnosti Heinrich Wöfflin<sup>5</sup> koji u svojoj knjizi *Temeljni pojmovi povijesti umjetnosti* ističe kategorije

---

<sup>3</sup> ŠUVAKOVIĆ (2005), 604.

<sup>4</sup> FEDERICA CODIGNOLA, *Prodotto, prezzo e promozione nelle politiche distributive di arte contemporanea* (Torino: G. Giappichelli Editore, 2009.), 5.

<sup>5</sup> HEINRICH WÖLFFLIN: *Temeljni pojmovi povijesti umjetnosti: problem razvoja u novijoj umjetnosti* (Zagreb, Kontura, 1998.) [Prijevod djela: *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe: Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst*, München, prvo izdanje 1915.]

koje proučavatelju pomažu razlikovati djela različitih perioda: linearnost / slikovitost, ploha / dubina, zatvorena forma / otvorena forma, mnoštvo / jedinstvo, jasnost / nejasnost. Navedene kategorije u proučavanju suvremene umjetnosti gube na snazi jer je suvremeno umjetničko djelo temeljeno na nekim drugim premisama.

Naslijeđe bečke škole povijesti umjetnosti, posebice njezinog „oca“ Aloisa Riegla, s pristupom koji karakteriziraju znanstvene metode i formalne analize, također se odmiče od alata proučavanja koja nalaže suvremena umjetnost. Belting<sup>6</sup> takvu situaciju naziva mogućim krajem povijesti umjetnosti. Belting izdvaja Vasarija i Winckelmanna koji su svojim pisanjem ustanovili način proučavanja povijesti umjetnosti kao povijesnog razvoja. Vasari je ustanovio pregled dotadašnje umjetnosti kao biološkog ciklusa pri čemu se odvijaju faze koje se ponavljaju: razvoj, sazrijevanje i opadanje dok je Winckelmann, preuzevši Vasarijeve ideje, povijest umjetnosti promatrao kao unutarnju ili stilističku povijest razvoja i opadanja grčke umjetnosti.

Nakon preokreta hegelijanske estetike koja legitimira povijesnu naraciju razvoja umjetnosti, Belting<sup>7</sup> navodi primjere formalnog pristupa u povijesti umjetnosti pri čemu izdvaja već navedene autore Wöfflina i njegovu takozvanu „povijest umjetnosti bez imena“ te Aloisa Riegla i Maxa Dvořáka kao dio Bečke škole povijesti umjetnosti. Dajući pregled povijesti umjetnosti kao discipline, Belting navodi kako u ovom slučaju nije riječ o kraju umjetnosti kao discipline, već kraju pojedinih metoda povijesti umjetnosti dok su istovremeno neke formule kojima se disciplina služila još uvijek ostale prisutne. Treba imati na umu da njemački povjesničar umjetnosti ne piše pak o suvremenoj umjetnosti općenito, već o problemima s kojima se susreće povijesno-umjetničko pisanje u svojoj dosadašnjoj praksi.

Jeremy N. Culler<sup>8</sup> smatra kako je povijest umjetnosti trenutno u tranzicijskom periodu zbog nestajanja tradicionalnih umjetnosti koje karakterizira određena i prepoznatljiva vrsta medija, dok suvremena umjetnost predstavlja „prošireno polje“<sup>9</sup> s novim kategorijama vrednovanja.

---

<sup>6</sup> HANS BELTING, *La fine della storia dell'arte o la libertà dell'arte* (Torino: Giulio Einaudi Editore, 1990.), 4. [Prijevod djela: *Das Ende der Kunstgeschichte?*, München: Dt. Kunstverlag, prvo izdanje 1983.]

<sup>7</sup> BELTING (1990.), 7-9.

<sup>8</sup> JEREMY N. CULLER, *Mapping sites, Rethinking Systems: Some Notes on Collecting Post-Medium Specific Art*, 2012. 1.

[http://www.academia.edu/1714678/Mapping\\_Sites\\_Rethinking\\_Systems\\_Some\\_Notes\\_on\\_Collecting\\_Post-Medium\\_Specific\\_Art](http://www.academia.edu/1714678/Mapping_Sites_Rethinking_Systems_Some_Notes_on_Collecting_Post-Medium_Specific_Art) [2.8.2013.]

<sup>9</sup> CULLER (2012), 2.

Upravo navedeno odmicanje od tradicionalnih kategorija umjetnosti proširilo je raspon aktera koji sudjeluju u polju suvremene umjetnosti: Dossi<sup>10</sup> navodi kako je suvremena umjetnost razvila globalni jezik koji je razumljiv bez studiranja ili dubljeg proučavanja povijesti umjetnosti. Zbog problematičnosti korištenja termina suvremene umjetnosti i koordinacije projekata pod tim nazivom, upravo će spekulativni investitori na tržištu umjetnosti pronaći prostor u kojem će vidjeti priliku stjecanja brzo isplativog profita. U stjecanju profita sudjeluje veći broj aktera koji međusobno surađuju na nacionalnom i međunarodnom tržištu pri čemu državne politike istovremeno nastoje povlaštenim zakonima potaknuti privatne inicijative, ali i ograničiti zloupotrebu zakona od strane korporacija koje teže za ostvarivanjem uvijek sve većeg profita.

## 1.2. DJELO SUVREMENE UMJETNOSTI: ZAKONI TRŽIŠTA

---

<sup>10</sup> PIROSKA DOSSI, *ART MANIA, Come l'arte contemporanea sta conquistando il mondo (e perché)*, (Milano: Silvana Editoriale, 2009.), 39.

Djelo suvremene umjetnosti, za koju smo ustanovili da predstavlja problematičan predmet određivanja svojeg opsega, produkt je više aktera na tržištu. Tržište u ovom slučaju ne obuhvaća samo tržište umjetnosti, već sveukupno kretanje kapitala na tržištu u kojemu cijene umjetničkih djela prate ekonomske fluktuacije od naglog skoka lokalne ili globalne ekonomije do kriznih situacija. *The International Consortium of Investigate Journalists* donosi podatak 2013. godine o trenutačnom svjetskom tržištu umjetnosti koji premašuje 55.1 milijarde dolara.<sup>11</sup>

Vrijednost rada ipak se ne nalazi samo u samom umjetničkom djelu, već se stalno proizvodi od strane umjetnika, posrednika i publike. Na tržištu upravo nemogućnost jasnog definiranja što je to umjetničko djelo suvremene umjetnosti otvara mjesto brojnim spekulacijama među akterima tržišta umjetnosti: kolekcionarima, galeristima, muzejskim djelatnicima, trgovcima umjetninama, aukcijskim kućama, sajmovima umjetnosti te bankama.

Poticaaj velikom *boomu* širenja tržišta suvremene umjetnosti dao je fenomen globalizacije pri čemu je današnje tržište suvremene umjetnosti postalo zapravo globalno tržište. Codignola<sup>12</sup> navodi kako su nacionalni i lokalni umjetnički prostori sada uklopljeni u sustav kulturnih i ekonomskih razmjena u kojemu cirkuliranje informacija, osoba i djela olakšava povezivanje tržišta s rastućim aktivnim distributivnim politikama svih subjekata uključenih u prodaju umjetničkih djela. Autorica dodaje kako se kvaliteta i vrijednost suvremenih umjetničkih djela ne može ispravno cijiniti ukoliko se ne razumije sistem nematerijalne imovine ili radije djela obilježenog nematerijalnim obilježjima. Nematerijalne karakteristike umjetničkog djela sastoje se od informacija tko je određeno djelo prodao, kupio, procijenio, tko je o njemu pisao, kakva je bila kritika i odjek među stručnom i nestručnom publikom.

Na širenje i jačanje tržišta suvremene umjetnosti snažno je utjecao i ulazak moćnih država: Rusije i Kine koje su otvorile nove mogućnosti širenja fenomena kolekcionarstva na globalnom tržištu.

---

<sup>11</sup> MAR CABRA, MICHAEL HUDSON, „Mega-Rich Use Tax Havens to Buy and Sell Masterpieces“, u: *The International Consortium of Investigative Journalists*, 3.4.2013.

<http://www.icij.org/offshore/mega-rich-use-tax-havens-buy-and-sell-masterpieces>[28.8.2013.]

<sup>12</sup> CODIGNOLA (2009.), 45.

Pojam globalizacija<sup>13</sup> obuhvaća širenje domaćeg tržišta i aktivnosti u svjetski sustav. Nardi Spiller<sup>14</sup> ističe kako su učinci globalizacije, kao fenomena u kojem se nastoji realizirati jedinstveno tržište, na području suvremene umjetnosti najuočljiviji na izložbi pod nazivom *L'arte nell'era della globalizzazione, When Latitudes Become Form*<sup>15</sup> u zakladi Sandretto Re Rebaudengo, u Torinu, 2003. godine. Izložba je pokazala kako tržište na globalnom tržištu slijedi logiku uniformiranosti umjetničkih proizvoda iz posve ekonomskih razloga: šire prepoznavanje proizvoda diljem svijeta okuplja veći broj potrošača i time ostvaruje veću dobit. No, izložba je također pokazala fenomen poznat pod nazivom „glokalizacija“ koji je prisutan i kod tržišta suvremene umjetnosti. Glokalizacija<sup>16</sup> kao složenica od riječi „globalno“ i „lokalno“ obuhvaća lokalnu kulturu: poštovanje posebnih obilježja na lokalnoj razini (primjerice dijalekti, tipični materijali, ali i nacionalizmi, tradicije, lokalizmi) dovedeno u vezu s globalnom kulturom koja predstavlja jedinstven idiom. Ekonomija i kultura tako uvjetuju ponudu proizvoda i usluga na lokalnoj razini (mjesto, zemlja, regija) i na globalnoj.

Gledajući iz perspektive tržišta, globalizacija izdvaja posebitost tržišta umjetnosti koja se sastoji od istovremenog upravljanja tržištem i komercijalizacijom djela čija vrijednost, odnosno kvalitativna obilježja, nisu jednostavno zadani, već većim dijelom iskonstruirani.

Dossi<sup>17</sup> navodi kako je jedna od posljedica globalizacije *boom* međunarodnog tržišta na štetu nacionalnih tržišta čije se dimenzije smanjuju pri čemu daje primjer njemačke umjetnosti koja nema uspjeha na domaćem tržištu, već na međunarodnom kao što je primjerice slučaj umjetnika Martina Edera.

Pojam globalizacija Codignola pak prihvaća s rezervom navodeći kako se zapravo više radi o „internacionalizaciji“<sup>18</sup> koja predstavlja kompleksniji pojam. Internacionalizacija se naime

---

<sup>13</sup> DONALD RUTHERFORD, *Routledge Dictionary of Economics* (London, New York: Routledge, Taylor & Francis group, 2002.), 253.

<sup>14</sup> CRISTINA NARDI SPILLER, *Incontro con l'economia dell'arte* (Torino: G. Giappichelli Editore, 2005.), 6.

<sup>15</sup> prijevod i objašnjenje: „Umjetnost u doba globalizacije, Kada (geografske) širine postaju forma“; naziv izložbe *When Latitudes Become Form* igra je riječi koja se referira na poznatu izložbu *When Attitudes Becom Form* organizirana u Kunsthalle u Bernu 1969. godine, čiji je kustos Harald Szemann uveo inovativne metode organiziranja izložbe naglašujući ulogu kustosa u tom procesu

<sup>16</sup> ANTONIO FOGLIO, *Il making dell'arte* (Milano: F. Angeli, 2005.), 23.

<sup>17</sup> Autoricatak također ističe kako globalizacija, čiji je cilj nadilaženje nacionalnih granica, u umjetnosti nije pojam novijeg datuma: „Već u XVI. i XVII. stoljeću umjetnici bili su potaknuti tamo gdje je postojala mogućnost zarade i postizanje trajne slave. Tako tajne slikanja na ulju dolaze u Nizozemsku iz Italije, dok perspektiva iz talijanskih atelijera dolazi do atelijera u Sjevernoj Europi.“ DOSSI (2009.), 111

<sup>18</sup> CODIGNOLA (2009.), 45

mjeri stupnjem prodora različitih tržišta: domaćeg, regionalnog, međunarodnog i globalnog, ali i prema tipu organizacije: monocentričan, policentričan ili geocentričan. Problematičnu točku kod pristupa proučavanja tržišta suvremene umjetnosti iz ove perspektive predstavlja činjenica da proizvodno središte, takozvani nukleus, pripada umjetnicima koji postaju međunarodni akteri radeći u različitim državama. No to ne znači da navedeni umjetnici, promatrajući u ekonomskim terminima, imaju samo jedan nukleus iz kojeg izvoze svoje radove u procesu internacionalizacije, što pak rezultira otežanim ekonomskim pristupom proučavanja tržišta.

U neprestanim mijenama na tržištu, umjetničko djelo definira se na različite načine. Definicije koje slijede objasniti će ili pak dati naznake o motivacijama kolekcionara među kojima pojedina umjetnička djela promatraju i kao način investiranja. Tretiranje umjetničkog djela kao načina zarade uvodi spekulativne igre u proces kupnje i prodaje umjetničkih djela. Kako bi se povećala vrijednost djela, spekulativne igre obuhvaćaju široki dijapazon aktera na globaliziranoj sceni suvremene umjetnosti.

### 1.3. EKONOMSKE DEFINICIJE UMJETNOSTI

Prema definiciji koju nudi Nardi Spiller ekonomija umjetnosti „proučava prirodu i tipologiju umjetničko-kulturnih proizvoda, istražuje način ponašanja različitih aktera te ukazuje na ograničenja prihoda, cijena i troškova.“<sup>19</sup>

Iz ekonomske perspektive u osnovnoj podjeli dobra su podijeljena na:

- 1) kapitalna dobra – dobra čija je svrha proizvodnja drugih dobara, imaju prioritetnu vrijednost te predstavljaju osnovnu egzistenciju čovjeka i
- 2) potrošačka roba – ne zahtijeva transformaciju te predstavlja duhovnu vrijednost.

---

<sup>19</sup> NARDI SPILLER (2005), 2



Umjetnička djela svrstavaju se u drugu kategoriju predstavljajući ispunjenje duhovnih potreba, a ne osnovne egzistencije.<sup>20</sup>

Umjetničko djelo definira se i kao utočišna investicija / utočišno dobro.<sup>21</sup> Utočišno dobro označava investirano dobro koje služi kao oblik prevencije od inflacije kao što je primjerice zlato. U vrijeme krize u ekonomiji, kolekcionari primjerice mogu prodati djela koja posjeduju, dok će kupci u ovom slučaju biti osobe velike kupovne moći čije poslovanje nije pogodila kriza. Upravo kolekcionari uvijek imaju ovu činjenicu na umu, te tako kolekcionari s nepodobnom situacijom za vrijeme krize prodaju svoja djela drugim kolekcionarima ili pak muzejima, dok kolekcionari veće platežne moći ciljaju upravo na manju cijenu umjetničkih djela koja će kupiti za vrijeme kriznih situacija.

Kao trajno ili izdržljivo dobro<sup>22</sup> umjetničko djelo označeno je kao dobro čija je vrijednost konstantna. Iako ima niz primjera u povijesti umjetnosti koji mogu pobiti ovu preopćenu definiciju zbog brojnih umjetnika čija je tržišna vrijednost djela toliko pala ili su potpuno zaboravljeni, ipak treba imati na umu ovakvo definiranje umjetničkih djela kada se radi o remek-djelima, odnosno klasicima, čija je vrijednost konstantna ili se pak povećava.

Unikatna narav umjetničkog djela koja omogućava kupcu da jedino on može biti vlasnik određene imovine omogućava definiranje djela kao luksuznog dobra.<sup>23</sup> Posjedovanje takvog dobra vlasniku omogućuje priznavanje društvenog prestiža jer ga rafinirani ukus i takozvana kulturna prtljaga smještaju u pripadajuću kulturu elitu. Zorloni<sup>24</sup> luksuzna dobra dovodi u vezu i s takozvanim simboličnim dobrima koji pružaju korist vlasniku, odnosno kolekcionar u ovom slučaju, tako da oni mogu biti prikupljeni i izloženi. Njihova vrijednost tako raste obrnuto proporcionalno njihovoj dostupnosti na tržištu: kada nisu ponudeni na tržištu, njihova cijena raste, dok u suprotnom slučaju, njihova dostupnost kupcu smanjuje

---

<sup>20</sup> NARDI SPILLER (2005), 52

<sup>21</sup> ALESSIA ZORLONI, *L'economia dell'arte contemporanea: Mercati, strategie e star system* (Milano: Franco Angeli, 2011.), 44.

<sup>22</sup> ZORLONI (2011.), 44.

<sup>23</sup> CRISTINA NARDI SPILLER, PAOLA SAVI, *La dimensione economica e territoriale dell'attività umana: Cultura, arte e intrattenimento* (Verona: QuiEdit, 2010.), 59.

<sup>24</sup> ZORLONI (2011), 44.

tržišnu vrijednost. Luksuzna dobra pripadaju kategoriji rafiniranih, elitnih proizvoda koji se smještaju u hiper-specijalizirano tržište. Na takvom tržištu proizvodi mogu doživjeti nagli pad cijene ili pak ostati na tržištu, dok manje rafinirani proizvodi doživljaju s vremenom pad cijene na tržištu zbog svoje nefokaliziranosti, niskog stupnja specijaliziranosti ili su pak vrlo pristupačni te zbog učinka mode doživljavaju pad proizvodnje i prodaje.

Poli<sup>25</sup> naglašava posebnu narav umjetničkog djela kao robe: objašnjava ga kao dobro koje se ne konzumira izravno, koje je kao investicija „nepokvarljivo“ te može biti prodano ili kupljeno izvan bilo kojeg oblika fiskalne kontrole što kolekcionari često koriste kupujući djela osobno kod umjetnika u njegovom atelijeru.

U meritorna, javna dobra,<sup>26</sup> umjetnička djela se ubrajaju zbog svoje upotrebe koja proizvodi učinke za dobrobit cjelokupne zajednice. Na temelju toga, kolekcionari u Sjedinjenim Američkim Državama imaju porezne olakšice osnivajući zaklade, donirajući svoje kolekcije budući da su umjetnička djela prepoznata kao javno dobro i definirana zakonski.

Definirani i kao duhovne potrebe, umjetnička djela svrstana su pod kulturna dobra.<sup>27</sup> No resursi kulturnih dobara nisu ograničeni, odnosno ekonomskim rječnikom govoreći, radi se o neiscrpnim izvorima. Ograničenja u umjetničkom svijetu nisu prirodna ograničenja kakva su primjerice u slučaju vode kao kapitalnog dobra, već su nametnuta izvana i ovise o društvenoj strukturi. Način na koji aukcijske kuće, galeristi, trgovci umjetninama, kolekcionari i muzeji rade s umjetnicima, način na koji se sklapaju ekskluzivni ugovori kako bi se nadzirao rad umjetnika nipošto nije stvar prirodnog ograničenja umjetnika, odnosno njegove sposobnosti stvaranja većeg ili manjeg broja umjetničkih djela.

---

<sup>25</sup> FRANCESCO POLI, *Il sistema dell'arte contemporanea: Produzione artistica mercato, musei* (Rim; Bari: Laterza, 2011.), 103.

<sup>26</sup> NARDI SPILLER (2005), 53.

<sup>27</sup> NARDI SPILLER (2005), 53.

## 1.4 AKTERI U POLJU SUVREMENE UMJETNOSTI

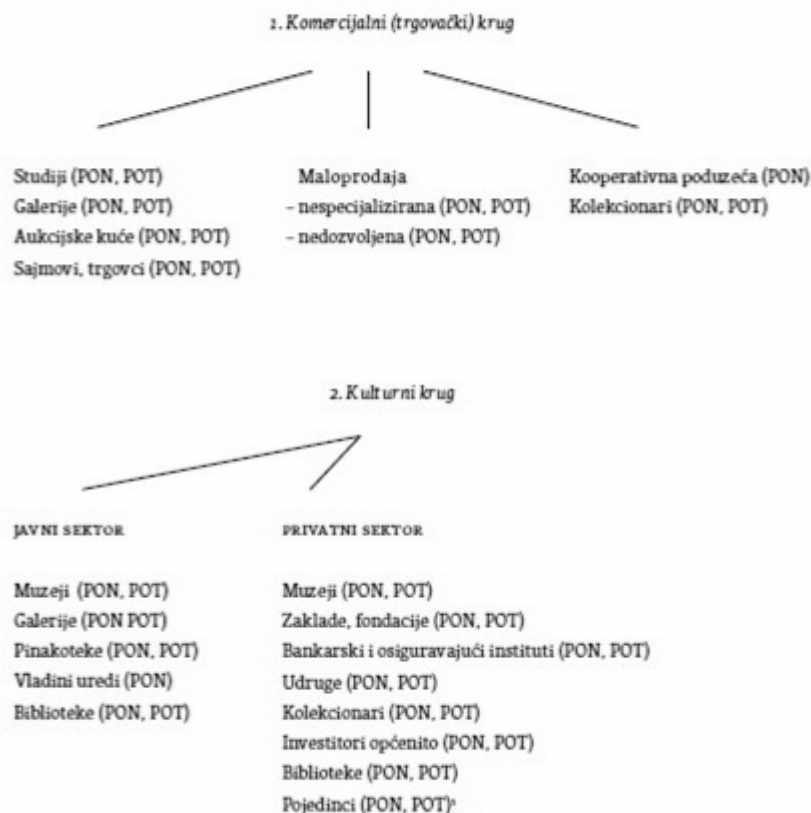
Već je spomenuto kako je polje umjetničke proizvodnje obilježeno dinamikom različitih aktera na umjetničkoj sceni. Kulturne i umjetničke vrijednosti u takvom se polju neprestano generiraju ili poništavaju što se izravno očituje na fluktuacije cijena na tržištu.

Nardi Spiller izvodi tablicu glavnih aktera u umjetničko-kulturnom području. Tablica donosi podjelu aktera na trgovačku i kulturnu sferu pri čemu je pažnja pridana ponudi i potražnji određenih djelatnika.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Ponuda i potražnja označeni su kraticama: Ponuda – PON, Potražnja – POT, usp. NARDI SPILLER (2005), 48.

# AKTERI U UMJETNIČKO-KULTURALNOM PODRUČJU



Podjela umjetničko-kulturnog polja koje nudi Nardi Spiller pokazuje kretanje i motivacije određenih aktera na sceni pri čemu pojedini mogu obavljati obje funkcije, to jest, trgovačku i kulturnu kao što su primjerice galeristi, privatni muzeji, kolekcionari, ali i bankarski i osiguravajući instituti koji se ipak ne mogu smjestiti samo u kulturni krug kao što navodi Nardi Spiller.

Iako su u tablici ova dva sektora odvojena, na tržištu pak usko surađuju budući da se vrijednost umjetničkog djela mijenja potaknuta dinamikom samog polja. Istaknuta ponuda i potražnja određuju tržišnu cijenu nekog dobra, to jest: ukoliko je veća potražnja dobra, njegova će cijena rasti; ukoliko je ponuda određenog proizvoda široka, cijena će padati.

Kao što je već istaknuto, ograničena ponuda i potražnja umjetničkih djela nisu prirodne budući da ne predstavljaju osnovnu ljudsku egzistenciju, već su umjetno stvorene u području koje francuski filozof, sociolog i antropolog Pierre Bourdieu naziva „poljem kulturne proizvodnje“.<sup>29</sup>

Oslanjajući se na Foucaultov<sup>30</sup> koncept moći, Bourdieu polje proizvodnje shvaća kao sustav objektivnih odnosa između aktera ili institucija i kao mjesto borbi za monopol moći, sustav u kojemu je vrijednost umjetničkih djela i uvjerenja kontinuirano generirana. U polju borbi sukobljena su dva principa: heteronomni princip, pogodan za one koji žele ekonomski i politički dominirati poljem (primjerice „buržuska umjetnost“) i autonomni princip („umjetnost radi umjetnosti“) koja zagovara one koji su najmanje povezani s kapitalom i imaju tendenciju identificirati se s određenim stupnjem neovisnosti od ekonomije. Književno ili umjetničko polje kao polje silnica, ali i borbi, nastoji promijeniti ili očuvati odnos snaga u polju.

Promjena u odnosima snaga dovodi do promjene percepcije djela i umjetnika budući da novi autori i novi oblici umjetničke produkcije donose i novi sistem ukusa, odnosno novog tipa potražnje na tržištu. Umjetničko, književno i filozofsko značenje djela, prema Bourdieuu,<sup>31</sup> mijenja se sa svakom promjenom u polju proizvodnje u kojemu su smješteni promatrač i čitatelj. U polje književne produkcije Bourdieu smješta aktere koji sudjeluju u odlučujućim promjenama: umjetnici, trgovci umjetninama, kritičari i akademski profesori imenovani kao autoriteti te publika. Upravo publika prisvaja vrijednost umjetničkog djela i to na dva načina: materijalno prisvajanje na primjeru kolekcionara te simbolički na primjeru posjetitelja izložbi, čitatelja koji objektivno ili subjektivno identificiraju svoje vlastite vrijednosti s ovim prisvajanjima.

Nardi Spiller podijelila je aktere u umjetničko-kulturalnom sektoru na komercijalni i kulturni krug,<sup>32</sup> dok Bourdieu dijeli samu djelatnost na „komercijalnu“ i „kulturnu“.<sup>33</sup> Glavni princip razlikovanja Bourdieu nalazi u samim obilježjima kulturnih dobara i tržišta na kojima su ponuđeni. Tako proizvodnju dijeli na proizvodnju kratkog ciklusa koja već ima postojeće tržište, odnosno potražnju i već postojeće interese u zadanim oblicima. Kratki ciklus

---

<sup>29</sup> PIERRE BOURDIEU, *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature* (New York: Columbia University Press, 1993.), 30.

<sup>30</sup> MICHEL FOUCAULT, *Znanje i moć* (Zagreb: Biblioteka Homo absconditus, 1994.), 143-163.

<sup>31</sup> BOURDIEU (1993.), 31.

<sup>32</sup> NARDI SPILLER (2005.), 48.

<sup>33</sup> BOURDIEU (1993.), 97.

produkcije predstavlja komercijalnu vrstu posla te se temelji na smanjenju rizika prilagođavajući se već unaprijed prepoznatljivoj potražnji koja omogućuje brzi povrat profita.

Prihvatanje rizika obilježje je produkcije dugog ciklusa, primjerice investicija u kulturi koje se trebaju podvrgnuti posebnim zakonima tržišta budući da ne postoji trenutno tržište za takve proizvode što ih čini proizvodima orijentiranim na budućnost s velikim rizicima. Pri tome „suvremena umjetnost prihvaća iste marketinške strategije koje vrijede za druge tipove dobara“,<sup>34</sup> ali cijene proizvoda zbog nedostatka točno definiranih parametara postaju „simbolične cijene“<sup>35</sup> koje reflektiraju cijeli niz pozadinskih strategija spekulativnog poslovanja.

## 2. KOLEKCIONARSTVO

### 2.1. MOTIVACIJA KOLEKCIONIRANJA

---

<sup>34</sup> CODIGNOLA (2006), 2.

<sup>35</sup> OLAV VELTHUIS, *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* (Princeton: Princeton University Press, 2005.), 208.

Glagol „kolekcionirati“ vuče korijene iz latinske riječi „collectio, -ōnis, f. (2. colligo)“ što znači skupiti, sastaviti, steći.<sup>36</sup>

U zbirci eseja pod nazivom *The cultures of collecting*<sup>37</sup> objavljenoj 1994. godine izdvaja se tekst Jeana Baudrillarda<sup>38</sup> o sistemu kolekcioniranja u kojemu autor nastoji podvući osnovne motivacije i ciljeve kolekcioniranja. Francuski sociolog, teoretičar kulture i politički komentator predmet sakupljanja objašnjava kao „materijalno tijelo“, ali istovremeno i „mentalni realitet, konstrukciju“.<sup>39</sup> Predmeti se prema funkciji dijele na praktične, odnosno za korištenje, i na predmete koji imaju mogućnost biti posjedovani od strane subjekta pri čemu subjekt teži da potvrdi sebe kao autonomni totalitet izvan danog svijeta. Baudrillard u ovom slučaju predmet promatra kao „ispražnjen svojom funkcijom i učinjen relativnim subjektu.“<sup>40</sup> Svi predmeti na taj način postavljaju se pod istu apstraktnu operaciju te sudjeluju u zajedničkom odnosu ukoliko se svaki od njih referira nazad prema subjektu. Pri tome, predmeti i subjekt kao točka referencije predstavljaju sistem u kojemu subjekt nastoji spojiti i izgraditi jedan poseban svijet, svoj osobni mikrokozmos. Posjedovanje predmeta kao jedne ekstenzije svojeg vlastitog „ja“ autor dovodi u vezu sa seksualnom sferom tako da posjedovanje istovremeno može izazvati zadovoljstvo i frustraciju.

*Voljeni predmet* počinje se skupljati već u takozvanoj aktivnoj fazi kolekcioniranja u periodu latentnosti prije puberteta između sedam i dvanaest godina. Kasnije, prema Baudrillardu,<sup>41</sup> muškarci u 40-ima najviše izražavaju strast za kolekcioniranjem koju autor objašnjava kao mogući snažni mehanizam kompenzacije tijekom kritične faze u osobnom seksualnom razvoju. Kolekcionarstvo se pak razlikuje od skupljanja. U toj inferiornoj fazi kolekcioniranja dolazi do akumulacije identičnih objekata. Kolekcionarstvo se rađa kada se pojavi usmjerenje prema kulturnom koje omogućava razlikovanje između predmeta, odnosno privilegiranje onih koji imaju veću vrijednost razmjene ili onih koji donose profit.

Autor ističe razliku koja se nastoji stvoriti između „connoisseura“,<sup>42</sup> poznavatelja, koji obožava predmete zbog svoje zabavne jedinstvenosti i različitosti te izravnog kolekcionara čija je strast uklopiti svoje akvizicije, to jest kupljene predmete, u serijski niz. U oba se

---

<sup>36</sup> MIRKO DIVKOVIĆ, *Latinsko – hrvatski rječnik za škole* (Zagreb: Naprijed, 1991.), 27.

<sup>37</sup> JOHN ELSNER, ROGER CARDINAL (ur.), *The cultures of collecting*, Harvard University Press, 1994.

<sup>38</sup> JEAN BAUDRILLARD, „The System of Collecting“, u: *The cultures of Collecting: From Antiques – Why do we Collect things?* (ur.) J. Elsner, R. Cardinal (London: Reaktion Books, 1994.), 7-24.

<sup>39</sup> BAUDRILLARD (1994.), 7.

<sup>40</sup> BAUDRILLARD (1994.), 7.

<sup>41</sup> BAUDRILLARD (1994.), 9.

<sup>42</sup> BAUDRILLARD (1994.), 10.

slučaja radi zapravo o strasti u kojemu se posjedovanje predmeta oslanja na apsolutnu jedinstvenost i na mogućnost zamišljanja cijelog niza predmeta u kojemu se nudi perspektiva neograničene igre i zamjene.

Kolekcionar skupljajući predmete nastoji izgraditi kolekciju, to jest zbirku, koja će predstavljati jednu paradigmu savršenstva za razliku od svakidašnjeg života.

Nazivajući predmet savršenim ljubimcem, kolekcioniranje serijskom igrom te objašnjavajući kolekciju metaforom ručnog sata kojim se ustanovljuje dominacija nad vremenom, Baudrillard ističe dominaciju kolekcionara nad predmetima. Oni mu omogućavaju prestiž, ispunjenje zadovoljstva, ali i osjećaj odgađanja smrti, osiguranje kontinuiteta života.<sup>43</sup>

U istoj zbirci eseja teoretičarka kulture Mieke Bal kolekcionarstvo uspoređuje sa stvaranjem narativa<sup>44</sup> oslanjajući se na Aristotelovu razliku između priče i fabule: fabula ima svoj početak, sredinu i kraj, dok priča manipulira tim redom. Upravo se kolekcionarstvo približava konceptu priče uzimajući predmete iz svoga okružja i vremena te time stvarajući novi poredak. Bal također utvrđuje, kao i Baudrillard, da je kolekcioniranje ekstenzija vlastitog sebstva koja se stvara već kod djece u fazi latentnosti. Naime, djeca počinju skupljati budući da navedenu aktivnost vide kao produžetak „sebstva“, odnosno prema Bal, kao „liječak za osjećaj da su odsječeni“<sup>45</sup> od svijeta odraslih.

Nakon faze skupljanja, kolekcioniranje kao stvaranje narativa počinje kada predmeti mijenjaju svoj status iz perspektive predmetnog u semiotičko, odnosno kada dolazi do prijelaza od statusa stvari u status znaka. Izvršenje kupnje kako bi se stvarao narativ tako predstavlja zatvaranje jednog kruga dok se istovremeno otvara prostor za stvaranje novog, to jest kupnju novih predmeta koji će postati znak i stvoriti daljnju priču.

---

<sup>43</sup> BAUDRILLARD (1994.), 18.

<sup>44</sup> MIEKE BAL, „Telling Objects: A Narrative Perspective on Collecting“, u: *The cultures of Collecting: From Antiques – Why do we Collect things?* (ur.) J. Elsner, R. Cardinal (London: Reaktion Books, 1994.), 97-115, 100.

<sup>45</sup> BAL (1994.), 104.



Francesco Poli<sup>46</sup> prema istoj logici razlikuje dva tipa kolekcionarstva: prvi tip predstavlja skupljanje predmeta koji sami po sebi nemaju nikakvu posebnu kulturnu vrijednost kao što je primjerice skupljanje cigareta, telefonskih kartica, pivskih boca. Drugi je tip kolekcionarstva naprotiv obilježen kulturnom i ekonomskom vrijednošću kolekcioniranog predmeta koji uključuje skupljanje poštanskih marki do nakita, rijetkih knjiga i umjetničkih djela.

## 2.2. KOLEKCIONARSTVO SUVREMENE UMJETNOSTI: RAZVOJ MEĐUNARODNOG TRŽIŠTA

Među definicijama koje smo naveli u prijašnjim poglavljima izvodi se zaključak kako umjetničko djelo zauzima posebno mjesto na tržištu pod kategorijom skupocjene robe budući da predstavlja unikatni predmet ili ekonomskim rječnikom govoreći nezamjenjivu robu. Rossi<sup>47</sup> tržište umjetnosti definira kao „kontra-tržište“ budući da djelo kao roba ne može biti objektivno vrednovano: parametri vrednovanja robe kao što je trošak materijala, utrošeno vrijeme za proizvodnju te dimenzije ne mogu biti primijenjeni na umjetnička djela. Na takvom tržištu ne očituje se transparentnost jer se ne kupuje dobro već iskonstruirana priča o dobru pri čemu najviše utjecaja na kotaciju djela imaju upravo informacije vezane uz djelo: u čijem je posjedu djelo bilo, tko je o njemu pisao, koji je kolekcionar kupio djelo i kada te zašto je prodano, trenutne kotacije djela toga umjetnika, kotacije djela umjetnika sličnih tendencija, koliko je umjetnik poznat na tržištu, koliko se njegovih djela nalazi ponuđeno na tržištu, te koliko ih se nalazi u prestižnim muzejima i kolekcijama.

Pri tome, umjetniku da bi bio vidljiv na tržištu nisu dovoljni samo talent i kvaliteta radova već marketinške strategije brendiranja imena umjetnika i njegova rada za koje su zaslužni već spomenuti akteri Bourdieueva<sup>48</sup> polja kulturne produkcije.

---

<sup>46</sup> POLI (2011), 91.

<sup>47</sup> GUIDO ROSSI, „Il contro - mercato dell'arte“, u: *I mercati dell'arte – aspetti pubblici e privati*, ur. Sergio Ricossa (Torino: Allemandi, 1991.), 79-83.

<sup>48</sup> BOURDIEU (1993), 30.

Američki ekonomist Don Thompson svoju točku interesa upravo postavlja na ekonomiju suvremene umjetnosti i odnose između aktera koji uspostavljaju njezinu vrijednost. Tako će upravo u knjizi *The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art*<sup>49</sup> postaviti pitanje zašto bi netko uopće htio toliko platiti za morskog psa? Tu se Thompson referira na jednog od simbola suvremene umjetnosti i spekulativnog tržišta: djelo Damiena Hirsta izrađeno 1991. godine pod originalnim nazivom *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*.<sup>50</sup> Hirst pripada grupi britanskih umjetnika među kojima je većina diplomirala na sada prestižnom sveučilištu Goldsmith College u Londonu. Organizirajući izložbe u skladištima londonskih luka kao što je izložba *Freeze* 1988. godine, grupa poznata kasnije i kao *Young British Artists* izazvala je šok među tadašnjom publikom i medijsku kontroverzu koja je bila jedna od najznačajnijih faktora uspjeha umjetnika koji su bili dio spomenute grupe.

Medijska pompa odigrala je važnu ulogu u međunarodnom umjetničkom svijetu privukavši pažnju na London što će rezultirati činjenicom da je London danas dominirajući svjetski centar za razmjenu suvremene umjetnosti. While<sup>51</sup> naglašava veliku ulogu koji su odigrali Young British Artists suočavajući se s tadašnjim provincijalizmom i nazadnosti britanske umjetnosti te predstavljajući London kao novi centar suvremene umjetnosti. Goldsmith College uspostavio je tako temelj na koji će se nadovezati kasnije „kreativna ekonomija“<sup>52</sup> kao dio vladinog projekta Ujedinjenog Kraljevstva.

Ključna figura u uspjehu Young British Artists bio je kolekcionar Charles Saatchi, biznismen i magnat oglašivačke industrije, čiji postupci u umjetničkom svijetu izazivaju brojne kritike. Saatchi kao sponzor grupe Young British Artists, posebice Damiena Hirsta i Tracey Emin, potaknuo je val kolekcionarstva dajući primjer „superkolekcionara“<sup>53</sup> čije kupnje i prodaje značajno utječu na oscilacije cijena radova pojedinih umjetnika. Koliki

---

<sup>49</sup> DON THOMPSON, *The \$12 million stuffed shark: the curious economics of contemporary art* (New York: Palgrave Macmillan, 2008.)

<sup>50</sup> Prijevod: *Fizička nemogućnost smrti u umu nekoga živućeg*

<sup>51</sup> AIDAN WHILE, 2003: 251-263.

<sup>52</sup> „Tako je kreativnost postala ključni resurs za postmoderno društvo koje zahtijeva rastući intelektualni kapital kako bi se suočila, uz izazov *društva znanja*, tendenciji nazvanoj *dematerijalizacija* proizvoda, odnosno snižavanje materijalne komponente naspram one intelektualne i kreativne.“ WALTER SANTAGATA, *La fabbrica della cultura: Ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese* (Bologna: Il Mulino, 2007), 37.

<sup>53</sup> POLI (2011), 100.

utjecaj posjeduje Saatchi kao *trendsetter* u umjetničkom svijetu, najvidljivije je u slučaju talijanskog umjetnika Sandra Chije čije je radove iz svoje kolekcije Saatchi prodao 80-ih godina. Nakon postavljanja velikog broja radova jednog umjetnika na tržište i prodaje svih Chijinih djela iz Saatchijeve kolekcije, djela talijanskog umjetnika doživjela su veliki pad cijene na tržištu uspostavljajući trend pada cijena koji se otada nikako nije oporavio.<sup>54</sup>

Saatchi je svoje marketinške strategije iz oglašivačke industrije primijenio na polje suvremene umjetnosti i unio utjecajnu dinamiku na tržište suvremene umjetnosti.

Graddy<sup>55</sup> u kritici Thompsonove knjige navodi kako unatoč nekolicini netočnih podataka koje Thompson iznosi, suvremeni umjetnici uspjeh postižu zbog brendiranja, ali i zbog toga što je neko djelo važno iz kulturne ili inovacijske perspektive. Navedeni Hirstov rad *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* naručen je od Saatchija. Superkolekcionar je tražio umjetničko djelo od Hirsta u vrijednosti od 50 000 funti pri čemu se Hirst založio da će napraviti djelo pretjerane i neviđene cijene ulažući u reklamiranje kako bi omogućio povrat tog novca. Za reklamiranje djela kao simbola šoka koji su Young British Artists prouzročili u javnosti udružili su se Saatchi, najpoznatiji trgovac umjetninama koji živi u New Yorku Larry Gagosian, direktor londonskog Tate Modern, Sir Nicholas Serota, te kolekcionar zainteresiran za kupnju djela: Steve Cohen, izvršni direktor investicijskih fondova iz Connecticuta. Reklamiranje djela obuhvatilo je tiskanje u prestižnim časopisima, plakatiranje u velikom broju diljem Londona. Za samog morskog psa Saatchi je platio 4000 funti<sup>56</sup> za ulov te 2000 funti za pakiranje i pošiljku u ledu za London.

Reklamiranje djela rezultiralo je većom potražnjom budući da je djelo postalo stvar prestiža. Serota je u ime institucije Tate Modern ponudio 2 milijuna funti za djelo dok je Gagosian nastavio dizati cijenu dok nije došla ponuda od Cohena da djelo otkupi po cijeni od 11 milijuna dolara. Cohen je pak djelo kasnije namjeravao dati na čuvanje MoMI<sup>57</sup> budući da nije znao kako ga konzervirati. Kasnije su se pojavile također debate o samoj naravi

---

<sup>54</sup> ARIFA AKBAR, „Charles Saatchi: a blessing or a curse for young artists?“, u *The Independent*, 13.6.2008. <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/charles-saatchi-a-blessing-or-a-curse-for-young-artists-846244.html> [20.08.2013.]

<sup>55</sup> KATHRYN GRADDY, „Prikaz knjige: Don Thompson: The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art“, u: *Journal of Cultural Economics*, sv. 33, svibanj 2009. 233-237.

<sup>56</sup> JONATHAN GLANCEY, „Charles Saatchi buys artworks like Imelda Marcos bought shoes“ u: *The Independent*, 17.2.1996. <http://www.independent.co.uk/life-style/charles-saatchi-buys-artworks-like-imelda-marcos-bought-shoes-1319353.html> [20.08.2013]

<sup>57</sup> Museum of Modern Art u New Yorku

umjetničkoga djela budući da je morski pas zamijenjen novim uhvaćenim u Queenslandu te konzerviran formaldehidom uz pomoć znanstvenika iz Prirodoslovnog muzeja u Londonu. Debata se vodila o pitanju radi li se još uvijek o istom umjetničkom djelu ako je materijal promijenjen ili je važna samo koncepcija djela u konceptualnoj umjetnosti. Polemiziranje oko ključnih pitanja konceptualne umjetnosti doprinijelo je većoj popularnosti Hirstova djela.

Na primjeru Hirstova djela koje je postalo simbol igri na tržištu suvremene umjetnosti uočeno je koliko faktora utječe na vrednovanje suvremenog umjetničkog djela i stvaranje takozvanih spekulativnih mjehurića oko cijene. Ekonomski termin *speculative bubbles*,<sup>58</sup> to jest spekulativni mjehurići, označava neodrživ rast cijene imovine te spekulativno ulaganje. Ukoliko je velika potražnja, a istovremeno nema dovoljno proizvoda i trgovaca tim proizvodima na tržištu, mjehurić raste iracionalnom brzinom.

Kathryn Graddy u kritičkom osvrtu<sup>59</sup> na Thompsonovu knjigu navodi kako je knjiga izdana 2008. godine dajući pregled tržišta suvremene umjetnosti pri čemu umjetnost zapravo odražava kretanje financijskih tržišta i koncentraciju prihoda koja se dogodila u zadnjih 20 godina,<sup>60</sup> to jest prije krize koja je zahvatila svjetsko tržište. Autorica ističe kako bi bilo zanimljivo promatrati iste zaključke koje Thompson izvodi u sadašnjem kontekstu, u svjetlu ekonomske krize koja je dovela do većeg nesrazmjera cijena i pogodovala razvoju poligona za stvaranje novih spekulativnih mjehurića zbog nedostatka transparentnih informacija. Na kapitalističkom tržištu kojim upravlja zakon ponude i potražnje veliku ulogu igra priljev informacija koje navedeni zakon dovodi u pitanje.

Nardi Spiller, dajući uvid u funkcioniranje tržišta u kapitalizmu, navodi dvije bitne odrednice u informiranju koje određuju kretanje cijena: rizik pogrešnog izbora te moralni hazard, to jest rizik zloupotrebe.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> „Poznati primjeri mjehurića uključuju nizozemsku tulipomaniju od 1625. do 1637. godine i South Sea Bubble u Engleskoj 1720. godine. Osim ako postoji beskonačan broj trgovaca, mjehur je po sebi iracionalan.“ RUTHERFORD (2002.), 79.

<sup>59</sup> GRADDY (2009), 236.

<sup>60</sup> 1990-2008

<sup>61</sup> Rizik pogrešnog izbora odnosi se na *ex ante* situaciju u kojoj je jedan kupac više informiran prije drugoga pri kupnji, dok se rizik zloupotrebe odnosi na *ex post* situaciju kada su pri kupnji oba kupca jednako informirani, ali kasnije jedan dolazi u posjed više informacija što mu omogućuje daljnje trgovanje kupljenim proizvodom na način da ostvari više prihoda. NARDI SPILLER (2005.), 84.

Tržište umjetnosti nije uvijek konkurentno na transparentan način već postoje određene zapreke kao što su nejednakost uvjeta djelatnika i posrednika, uvjeti prednosti za pojedine u obliku pokrivanja troškova, diferencijacija proizvoda, ograničenje ponude kao monopolistički oblik. Rizici koji su prisutni pri djelovanju na tržištu umjetnosti također ometaju zadane zakone ponude i potražnje: rizici od krivotvorenja djela, rizik od uništenja djela, krađa djela, promjena mode i ukusa, prevelika produkcija umjetnika koja smanjuje auru unikatnosti djela, komercijalizacija određenog umjetnika, troškovi održavanja, konzervacije, restauriranja. Navedena obilježja tržišta umjetnosti stvaraju različite tipove kolekcionara koji će biti objašnjeni u poglavlju koje slijedi. Dossi zaključuje kako se na tržištu na kojemu nedostaju jasni kriteriji kvalitete, kupci orijentiraju na osnovi preferencija takozvanih *tastemakera*,<sup>62</sup> odnosno tvoraca stila, ukusa, mode. Upravo ti akteri definiraju dinamiku kretanja cijena no pitanje koje se u ovom trenutku može postaviti: tko su ti *tastemakeri* i koje strategije koriste kako bi stvorili novu modu ili uveli mišljenje o pojedinim umjetnicima kao provjerenim *blue chips*.<sup>63</sup> Takve dionice ili u ovom kontekstu takvi povijesno *prepoznati* umjetnici na tržištu imaju određenu cijenu i njihova prodaja i kotacija sigurna je u vrijeme ekonomske stabilnosti, ali i u vrijeme ekonomske krize. Upravo aukcijske kuće koje će također biti obrađene u sljedećim poglavljima u svojim prodajama uvijek nude određene poznate umjetnike iz povijesti umjetnosti čije visoke kotacije na tržištu daju reputaciju aukcijskim kućama i kolekcionarima, odnosno kupcima tih djela. Na aukcijama će se tako kolekcionarima ponuditi „jaka imena“ povijesti umjetnosti, ali i novija imena čiji se *brand* izgrađuje. U procesu transformacije novih imena umjetnika u polju suvremene umjetnosti u „jaka imena“, veliku ulogu upravo imaju kolekcionari koji uvode mlade umjetnike na pozornicu suvremene umjetnosti, mjesto koje će dalje legitimirati ili pak odbaciti akademska pozadina stvaranja imena: muzeji, kritičari, akademski profesori.

No razlog velikog procvata kolekcionarstva u svijetu, osim iz epicentara u Europi koji su već povijesno percipirani kao središta kulture zapadnog svijeta, dolazi iz Sjedinjenih Američkih Država u kojima vrijede drukčiji zakoni rada na tržištu. SAD svojom politikom predstavlja paradigmatičan primjer privatnog financiranja umjetnosti pri čemu je kolekcionarima, kao vlasnicima tvrtki koje ostvaruju značajan profit, ponuđena mogućnost

---

<sup>62</sup> DOSSI (2009), 71.

<sup>63</sup> Naziv koji se koristi za dionice u korporacijama koje obilježava posjedovanje ekonomske i financijske solidnosti, odnosno visoki stupanj pouzdanosti, usp. NARDI SPILLER, SAVI (2010), 66., DOSSI (2009), 164.

smanjenja poreza na troškove tvrtke ukoliko doniraju djela, osnuju galeriju ili fundaciju za javno dobro. Takav način financiranja umjetnosti otvara plodno tlo za razvoj tržišta umjetnosti koji će u SAD-u doživjeti pravi procvat.

U dokumentarnom filmu *The Great Contemporary Art Bubble*<sup>64</sup> umjetnički kritičar Ben Lewis predstavlja fenomen suvremene umjetnosti koju definira kao umjetnost nakon 1945. godine. Lewis istražuje poseban *boom* suvremene umjetnosti u periodu od 2003. do 2008. godine kada zbog niskih kredita dolazi do stvaranja brojnih spekulativnih mjehurića, posebice spekulativnih oscilacija u cijenama nekretnina, vina, bakra, nafte. Jedan od mjehurića bila je i suvremena umjetnost koja je u ovom periodu izazvala pravu pomamu za koju autor nagrađivanog dokumentarca tvrdi da predstavlja umjetnost komercijaliziranu kao nikad prije. Na komercijaliziranost jasno ukazuju rekordne cijene koje dokumentarni film predstavlja kao eksploataciju umjetnosti i umjetnika od najbogatijih ljudi kojima suvremena umjetnost prema autorovim riječima, predstavlja „stil života“.<sup>65</sup>

## 2.3. POZICIONIRANJE KOLEKCIONARA NA TRŽIŠTU

Walter Benjamin, njemački književni i društveni kritičar, filozof, ali i pasionirani kolekcionar knjiga, u eseju *Raspakiranje moje knjižnice: Razgovor o kolekcioniranju knjiga*<sup>66</sup> objašnjava kako u životu kolekcionara postoji dijalektična napetost između dva pola: reda i nereda. Kao najveću čaroliju koju kolekcionarstvo može pružiti pojedincu, Benjamin izdvaja upravo „zatvaranje pojedinih predmeta u magični krug u kojemu su oni fiksirani kao konačno uzbuđenje, uzbuđenje kupnje, koja ih potpuno preplavljuje.“<sup>67</sup> Iako Benjamin piše o kolekcioniranju knjiga, figura kolekcionara naglašena je u ulozi koju odigrava u samoj povijesti književnosti ili umjetnosti: prema autoru, kolekcionar „spašava“<sup>68</sup> knjigu od

---

<sup>64</sup> LEWIS (2009)

<sup>65</sup> LEWIS (2009)

<sup>66</sup> WALTER BENJAMIN, *Illuminations: Essays and Reflections*, (ur.) HANNAH ARENDT, New York: Schocken Books, 1969. 59-67.

<sup>67</sup> BENJAMIN (1969), 60.

<sup>68</sup> BENJAMIN (1969), 60.

zaborava. Kada se autorov zaključak primijeni na polje suvremene umjetnosti, kolekcionari upravo otvaraju vrata mladim, ali i starijim neafirmiranim umjetnicima čija bi djela upravo otišla u sferu zaborava.

Poli<sup>69</sup> u sličnom tonu za figuru kolekcionara suvremene umjetnosti navodi kako se kolekcionar osjeća autoriziranim zamišljati mesijskim u svojem djelovanju znajući ili vjerujući da zna da je povijest pod njegovim okriljem te da on kao kolekcionar čini kulturnu uslugu društvu. Kroz takozvani proces reifikacije odnosno opredmećivanja umjetničke vrijednosti kolekcionar ima potrebu samopotvrđivanja. Poli<sup>70</sup> u takvom ponašanju vidi dva smjera: iracionalno ili afektivno ponašanje te racionalno ponašanje vođeno kulturnim i/ili ekonomskim kriterijima. Iracionalno ponašanje autor također dalje dijeli na dvije kategorije: kvazi-patološko ponašanje te iracionalno ponašanje koje obilježava kolekcionare koji, lišeni kulturne pripreme i praktičkog iskustva tržišta te potaknuti entuzijazmom i taštinom, misle da se mogu prepustiti samo intuitivnom ukusu kako bi mogli otkriti neotkrivene vrijednosti.

Drugu podjelu kolekcionara Poli donosi u odnosu na veličinu kolekcije te kupovnu i utjecajnu moć koju kolekcionar posjeduje. Kolekcionari se tako dijele na: kolekcionare srednjeg ili manjeg značaja, velike kolekcionare te tvrtke kao kolekcionare.

Mali kolekcionari koji, kako autor navodi mogu također biti „zaraženi virusom kolekcioniranja“,<sup>71</sup> pretežito su karakterizirani kao kolekcionari s tradicionalnim ukusom te skromnim težnjama prema trenutačno modernim strujanjima u suvremenoj umjetnosti. Razlog tomu je težnja za sigurnim izborom, odnosno izborom umjetnikā koji imaju sigurne kotacije na tržištu te koji predstavljaju kulturne vrijednosti određenog područja ili šire društvene sredine.

Autor u ovoj skupini izdvaja i hrabrije kolekcionare koji vole riskirati s najnovijim tendencijama na sceni kako bi opet dobili samopotvrdu statusa u društvu: zanimanje za ovakvu umjetnost, primjerice za suvremena djela umjetnikā koji su marginalne figure u

---

<sup>69</sup> POLI (2011), 92.

<sup>70</sup> POLI (2011), 93.

<sup>71</sup> POLI (2011), 97.

društvu kao što je primjerice umjetnik Jean-Michel Basquiat (slika 1, 2), predstavlja izraz dinamičnog i neobuzdanog života karakterističnog također po ambicijama u modnom svijetu. U ovoj kategoriji mogu se pronaći kolekcionari koji gaje simpatije prema određenom umjetniku te se mogu usredotočiti na skupljanje samo djela preferiranog umjetnika.

Veliki pak kolekcionari imaju ambicije veće od skupljanja umjetničkih djela. Poli<sup>72</sup> motivacije velikih kolekcionara nalazi upravo u želji za stvaranjem slike mecene koji doprinosi obogaćivanju kulturnog nasljeđa. Prema tome, osobne ambicije kolekcionara pak ne moraju biti izravno dovedene u vezu s ekonomskim interesima. No veliki pak kolekcionari, prema Poliju, imaju veliku ulogu kao valorizatori i promotori umjetnika kao takozvani *leaders opinion*,<sup>73</sup> odnosno nositelji ideja i mišljenja, za kojima se povode drugi kolekcionari pri svome izboru. Neke od odgovornih funkcija u muzejima mogu biti pružene kolekcionaru ukoliko donira muzeju ili osnuje fundaciju: mogu biti kustosi ili kritičari kada sami organiziraju izložbe djela svoje kolekcije u javnim ili privatnim prostorima te mogu biti i trgovci umjetninama kada odluče staviti ponovno na tržište djela iz svoje kolekcije.

Codignola pak u kolekcionarstvu razlikuje tri tipa: spekulatore, investitore te kolekcionare.<sup>74</sup> Budući da su umjetnička djela promatrana kroz prizmu investiranja oni prema autorici izazivaju dva rezultata: s jedne strane tu je izravan prihod (naplaćivanje posjeta galeriji primjerice), neizravni kada je privatna galerija besplatno otvorena javnosti te spekuliranje kada postoji razlika između kupovne i prodajne cijene. Autorica tako ističe razliku između spekulatora i investitora: spekulacija treba biti kraćeg perioda budući da je preriskantna te se treba smanjiti rizik stagnacije tržišta ili treba obuhvaćati kupnju u periodu kada dolazi do trenda u rastu kotacija. Cilj je investitora pak diversifikacija vlasništva te umjetničko djelo promatraju kao utočišno dobro,<sup>75</sup> odnosno dobro koje mogu ponuditi na tržištu za vrijeme krize kako bi nadoknadili svoj gubitak kapitala. Karakteristika kolekcionara investitora upravo je tradicionalnost pri izboru umjetničkih djela: investiciju vidi u već afirmiranim umjetnicima bježeći od novih nepriznatih tendencija koje se mogu pokazati kao loša investicija.

---

<sup>72</sup> POLI (2011), 100.

<sup>73</sup> POLI (2011), 103.

<sup>74</sup> CODIGNOLA (2009), 111.

<sup>75</sup> ZORLONI, 2011: 44.



Na kotacije suvremenih autora spomenuti superkolekcionari najviše imaju utjecaja budući da su oni prvi koji ih otkrivaju i predstavljaju javnosti. Dosi spomenute kolekcionare naziva *tastemakerima*<sup>78</sup> koji određuju *modu* na sceni suvremene umjetnosti na kojoj se tržište, bez uputstva i jasno određenih kriterija, zasniva na preferencijama pojedinih aktera na sceni.

Njihov trend prate aukcijske kuće i galerije koje također privlačeći nove klijente otvaraju svoje poslovnice u zemljama gdje tržište suvremene umjetnosti doživljava procvat,

<sup>80</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Guggenheima: <http://www.guggenheim.org/abu-dhabi> [28.08.2013.]

kao što je ured aukcijske kuće Christie's u Hong Kongu<sup>81</sup> ili ured aukcijske kuće Sotheby's u Pekingu.<sup>82</sup>

No početna točka velikog procvata kolekcionarstva u svijetu dolazi upravo iz Sjedinjenih Američkih Država u kojima zakoni rada na tržištu omogućuju velike poticaje pri privatnim inicijativama.

Istraživanje hrvatskog tržišta suvremene umjetnosti temeljilo se na istraživanju najveće kolekcije suvremene umjetnosti u Hrvatskoj: kolekciji Tomislava Klička koji je osnovao udrugu *Lauba – kuća za ljude i umjetnost*, neprofitnu organizaciju u kojoj izlaže radove iz svoje kolekcije. U istraživanju je obuhvaćen i novi fenomen korporativnih kolekcija, odnosno poslovnog kolekcioniranja, pri čemu tvrtke otkupljuju nove radove mladih umjetnika putem organiziranih natječaja: *Erste & Steiermärkische banka* i *Zagrebačka banka*. Na hrvatskom tržištu ispitana je dinamika tržišta na primjeru jedine aukcijske kuće u Hrvatskoj, *Konture*.

### 3. PRIVATNO KOLEKCIONARSTVO U HRVATSKOJ

#### 3.1. TOMISLAV KLIČKO I *FILIP TRADE* KOLEKCIJA

Tomislav Kličko vlasnik je tvrtke *Filip Trade*, distribucijske tvrtke visokokvalitetnih proizvoda za njegu novorođenčadi, proizvoda za njegu tijela i kose proizvoda za zdravstvenu zaštitu i ljepotu.<sup>83</sup> Tvrtka se nalazi u Zagrebu u kojem je smještena većina infrastrukture tržišta kao što su sjedišta najvećih tvrtki u Hrvatskoj, uključujući i Zagrebačku burzu. U glavnom gradu razvijena je infrastruktura za razvoj suvremene umjetnosti: najpoznatija

---

<sup>81</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Christie's aukcijske kuće:

<http://www.christies.com/locations/salesrooms/hong-kong/> (28.08.2013.)

<sup>82</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Sotheby's aukcijske kuće:

<http://www.sothebys.com/en/inside/locations-worldwide/beijing/overview.html> [28.08.2013.]

<sup>83</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Filip Trade tvrtke: [www.filiptrade.hr](http://www.filiptrade.hr) [26.08.2013.]

Akademija likovnih umjetnosti u Hrvatskoj, aukcijska kuća *Kontura*, galerije čiji broj neprestano varira i Muzej suvremene umjetnosti koji je na današnju lokaciju premješten 2009. dobivši impozantnu građevinu u području Novog Zagreba.

Muzej suvremene umjetnosti<sup>84</sup> nije, ili možda nije još, pokrenuo *Bilbao efekt* Novog Zagreba. Brojne kritike na račun vođenja<sup>85</sup> MSU-a jasno ukazuju kako Muzej nije ostvario traženu dinamiku glavnog grada: negativne kritike obuhvaćaju kritiziranje korištenja prostora, veliku cijenu arhitektonskog projekta za zgradu, veliki mjesečni izdatci na održavanje prostora, neiskorištenost dvorane Gorgona, nedovoljni sadržaji u programu te nedovoljno promoviranje mladih suvremenih umjetnika.

Muzej već kao državna institucija ostvaruje određenu inerciju u svom djelovanju budući da projekti moraju proći određene filtre da bi im financiranje bilo prihvaćeno. Suvremena umjetnost zahtijeva brzinu, pokretnost te se prilagođava „kulturnoj logici kasnog kapitalizma“. Termin je posuđen od američkog književnog kritičara Fredrica Jamesona<sup>86</sup> koji u globalnoj postmodernoj kulturi opisuje proces estetske proizvodnje kao proces robne proizvodnje. Jameson također negoduje oko termina „globalno“ govoreći da se zapravo radi o američkoj kulturi koja je izraz američke vojne i ekonomske dominacije. U suvremenoj umjetnosti gdje su najviše kotirani upravo umjetnici engleskog govornog područja, Jamesonov zaključak odražava se i na području suvremene kulturne proizvodnje.

Početak kolekcioniranja Tomislava Klička datira u 1991. godinu kada kupuje svoju prvu grafiku *Gromače* Otona Glihe na preporuku prvog privatnog galerista u Hrvatskoj Radovana Becka. Tada kolekcionar izražava više afiniteta prema umjetničkim djelima iz 50-ih i 60-ih godina, Gorgoni i Novim tendencijama. Fundus je, kako navodi kustosica kolekcije, Vanja Žanko,<sup>87</sup> rastao intuitivno. Kolekcionar Kličko djela je prvobitno kupovao preko

---

<sup>84</sup> Dalje u tekstu: MSU

<sup>85</sup> ANKICA BARBIR - MLADINOVIĆ, „Kritike na rad Muzeja suvremene umjetnosti“, u: *Radio Slobodna Evropa*, 8.9.2012. <http://www.slobodnaevropa.org/content/muzej-suvremene-umjetnosti-jedinstven-po-fundusu/24701718.html> [26.08.2013.]

<sup>86</sup> FREDRIC JAMESON, „Postmodernizam ili kulturna logika kasnog kapitalizma?“, u: *Postmoderna: Nova epoha ili zabluda*, KUVACIĆ, IVAN; GVOZDEN FLEGO (ur.). (Zagreb: Naprijed, 1988.) 187-233.

<sup>87</sup> Žanko, Vanja. Osobni intervju. 16.07.2013.

galerista Radovana Becka, aukcijske kuće *Kontura* te prema savjetu kustosa i teoretičara: Zvonka Makovića, Krešimira Purgara, Leonide Kovač.

Do 2007. godine fundus je bio smješten u skladištu tvrtke *Filip Trade*. Kustosica kolekcije Vanja Žanko 2007. godine započela je projekt dokumentacije zbirke koji je trajao 6 mjeseci: podaci o umjetničkim djelima uneseni su u katalog budući da su prijašnji podaci bili nepotpuni ili potpuno netočni.

Kolekcija je, prije gradnje jedne zgrade u kojoj bi bila smještena, izlagana u Hrvatskoj i u inozemstvu: 2001. godine u Hrvatskom društvu likovnih umjetnika u Zagrebu pod nazivom *10 godina Zbirke Filip Trade*, izložba „*Zbirka Filip Trade*“ u galeriji Manes u Pragu 2002. godine te u Umjetničkoj galeriji Dubrovnik 2004. godine pod nazivom *Slika i objekt*. Kolekcija *Filip Trade* također je bila dio organizacije nekoliko recentnijih izložbi: samostalna izložba petero mladih umjetnika u sklopu projekta Linienstrasse113 u Berlinu, uzastopne izložbe na Motovun film festivalu te izložba novih akvizicija *Finalisti* u Labinu 2009. godine.

Kako bi se projekt što uspješnije mogao financirati, zadane su poslovne strategije koje bi privukle veći broj ljudi uključenih u sami projekt. Radno je vrijeme tako prilagođeno radnom vremenu posjetitelja pa je *Lauba* otvorena od 14 do 22 sata te subotom od 11 do 22 sata, dok su uredi tvrtke *Filip Trade* smješteni unutar istog prostora otvoreni do 16 sati. Na taj se način ostvaruje dinamika unutar prostora *Laube*: u jutarnjem terminu bivša jahaonica služi za potrebe *Filip Trade* tvrtke, dok je popodnevni i večernji termin rezerviran za posjet i događaje organizirane u sklopu *Filip Trade* kolekcije. Financijski djelomično samoodrživ projekt uključuje navedene strategije: prodaja ulaznica, članstvo koje može kupiti pojedinac, obitelj ili pak tvrtka te školska i fakultetska vodstva. Cjelokupni izložbeni prostor *Laube* koji može ugostiti do 1600 ljudi, također se može uzeti u najam kao prostor za konferencije, modne revije, edukacijske tečajeve. Izvor zarade predstavljaju i edukacijske radionice koje vode suvremeni mladi hrvatski umjetnici, kao što je primjerice radionica digitalnog kiparstva koju je 2012. godine vodio umjetnik Marko Prpić – Zets. *Lauba* u svojoj ponudi također ima posuđivanje radova kao dio zamišljenog djelomično financijski samoodrživog projekta. Posuđivanje djela zamišljeno je posredstvom nizozemske agencije *Arti et Amititae* koja predstavlja prvu agenciju za najam umjetnina u nas. Ideja koju agencija nudi iznajmljivanje je

umjetnina poslovnim i privatnim subjektima. Prostor kafića također je iznajmljen, no umjetnički program kafića, kao što je primjerice čitanje poezije Marka Pogačara uz izložbu slikara Zlatana Vehabovića održano 2011. godine, sugerira kustosko vodstvo *Filip Trade* kolekcije.

Uz potporu hrvatskih i europskih fondova za kulturu, neprofitna udruga *Lauba* svaka tri mjeseca odabire tim volontera stažista koji obavljaju administrativne zadatke, ali i sudjeluju u organizaciji izložbi i događaja. Nudeći na taj način neformalnu edukaciju mladih koja obuhvaća „pripremu prije otvaranja, čuvanje umjetnina, vodstva, asistenciju u medijskoj i web-administraciji, pripremu i izvođenje seminarskog rada i periodično sudjelovanje u postavljanju izložbi“, <sup>88</sup> *Lauba* je u vrlo kratkom periodu okupila veći broj mladih ljudi jer se postava izmjenjuje svaka tri mjeseca. Pri odabiru volontera stažista u *Laubi* nastoji se okupiti tim mladih ljudi koji studiraju ili su tek diplomirali humanističke znanosti (povijest umjetnosti, muzeologija, sociologija, filozofija, strani jezici), arhitekturu, dizajn i ekonomiju. Na taj se način stvara zahtjevan tim koji svojim znanjima omogućava kvalitetniju izradu projekta u različitim segmentima.

Okupljanje pojedinaca koji dolaze iz različitih disciplina ostvareno je i u projektu *Coworking@Lauba* koji je predstavljen na sljedeći način: „način rada u drugačijoj okolini od uobičajene bilo da ste freelancer, virtualni tim ili ste pak jednostavno, iz klasičnog ureda, na jedan dan odlučili osvježiti um novim, kratkoročnim radnim prostorom jer znamo koliko je on bitan za stvaranje ideja. To znači da možete iznajmiti stol u našem kul prostoru na dnevnoj bazi i koristiti *Laubu* kao svoj privremeni ured.“<sup>89</sup> Pojedinaac ili grupa može unajmiti određeni prostor *Laube* na dnevnoj ili mjesečnoj bazi pri čemu je dostupan internet te korištenje printera i skenera.

Navedenim strategijama *Lauba* nastoji maksimalno iskoristiti prostor te novim inicijativama omogućiti stvaranje prostora velikog kreativnog potencijala koji će, jednom uspostavivši dinamiku, održavati je u zahtjevnom ritmu.

### 3.2. REALIZACIJA LAUBE – KUĆE ZA LJUDE I UMJETNOST

---

<sup>88</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Laube: <http://lauba.hr/hr/volontiraj-5/> [25.07.2013.]

<sup>89</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Laube: <http://www.lauba.hr/hr/kalendar-9/coworkinglauba-831/> [25.07.2013.]

Proces postavljanja kolekcije u današnju zgradu započeo je 2007. godine kada se krenulo u obnovu zgrade na Črnomercu, zapadnom dijelu Zagreba. Zgrada je izvorno bila sagrađena kao dio Konjaničke vojarnje austrougarske vojske. Za projekt zgrade zaslužno je tada vodeće građevinsko poduzeće Emil Eisner i Adolf Ehrlich čiji je projekt iz 1910. godine obuhvaćao vojarnu koja se prostirala na više od dvadeset tisuća kvadrata. Vojarna je zamišljena kao kompleks zgrada za momčad brigadirske časničke škole, kovačnicu, staje za držanje konja i naposljetku jahaonicu, to jest današnju zgradu *Laube*.<sup>90</sup>

Nakon funkcije jahaonice, zgrada je postala dio Tekstilnog kombinata Zagreb u koju se smjestila tkaonica tvornice tekstila oko koje su se prostirale tvorničke hale za proizvodnju vrhunskog damasta već od 1923. godine. Kao podružnica bečke tvrtke Hermann Pollack i sinovi, tvornica je preuzela naziv Tvornica za pamučnu industriju d.d. Tekstilni kombinat Zagreb poznatiji pod kraticom TKZ, koji je nastao 1964. godine ujedinjenjem triju jugoslavenskih tvornica tekstila te na ovom prostoru djeluje sve do 2008 godine. Zemljište je tada prodano sa cijelim kompleksom spremnim za rušenje, dok se proizvodnja seli u novi pogon Tvornicu tekstila Trgovišće u Hrvatskom zagorju. Zgrada današnje Laube jedina je unutar kompleksa koje se nije mogla prodati jer nju nije bilo moguće rušiti niti na njenom mjestu ostvariti nove poduhvate.

Budući da je građevini prema Generalnom urbanističkom planu dopuštena kombinirana društvena namjena, pronalazak potencijalnih investitora bio je otežan. Zgrada obuhvaća veliku površinu od 1350 kvadrata, zaštićeni je spomenik kulture te ju je trebalo potpuno renovirati za novu funkciju što je predstavljalo nepoželjnu startnu poziciju za investitora s novim projektom (slika 3, 4).

Tvrtka *Filip Trade* odlučuje se za obnovu zgrade u kojoj je osmišljen projekt djelomičnog samofinanciranja zgrade: poslovni uredi koji se iznajmljuju, zarada kafića te izložbeni prostor koji se financira prodajom ulaznica, članstava, vodstava i suvenira.

Arhitektonski natječaj za *Laubu - kuću za ljude i umjetnost*, tada nazvanom *Spremište za ljude i umjetnost*, organiziran je u siječnju 2007. godine na koji su se odazvali brojni arhitekti: Alenka Gačić-Pojatina, Branka Petković i Ana Krstulović; Ana Martina Bakić i Ivana Knez; Vesna Milutin Nikola Polak, Jadranka Polak i Dario Sisak; Zvonimir Prlić, Karmen Prlić i

---

<sup>90</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Lauba Press-a: <http://www.lauba.hr/hr/press-11/> [25.07.2013.]

Martina Jukić-Stanić sa Brunom Lovrenčićem i Markom Stanićem; Petar Mišković; te studio UP.

Odabrani projekt u ožujku 2007. godine osmislio je arhitektonski trio na čelu s Alenkom Gačić-Pojatin u suradnji s Brankom Petković i Anom Krstulović. Projekt koji je predvidio zahvate preporučene konzervatorskim propozicijama, uklanjanje postojeće međukatne konstrukcije i interpolaciju kubusa za uredske prostorije ponudio je najbolji ishod traženih zahtjeva za obnovu: skladan suživot izložbenog prostora *Laube – kuće za ljude i umjetnost* i poslovnog prostora tvrtke *Filip Trade*.

Autorice su prostorni koncept i značajke idejnog projekta sažele u pet osnovnih točaka:<sup>91</sup>

1. PROSTORNOST - (NEGATIV) / osjećaj prostora u cjelini / umetnuti lebdeći linijski volumen ne dodiruje postojeću strukturu starog objekta / dobre proporcije volumena omogućavaju da prostor teče skroz okolo njega; pored, ispod i iznad / koncentracija nepromjenljivog sadržaja unutar implementiranog volumena; jasne komunikacije, nizanje ureda, linijska organizacija
2. MATERIJALNOST - (POZITIV) / sačuvani materijali iz prošlosti; krovni rešetkasti nosač, otvori na fasadi, opeka na zidovima
3. FLEKSIBILNOST korištenja slobodnog prostora za izložbe, performanse, plesne predstave i sl. / pomoću pomičnih elemenata
4. INTERAKCIJA zaposlenika, posjetitelja i umjetnina
5. PROSTOR KAO INSPIRACIJA i pokretač na daljnje intervencije / potencijalna energija za buduća korištenja

U izložbeni prostor dimenzija 60 x 22 metra interpoliran je manji, osam metara širok kubus s uredima, podignut na stupove tako da ne ometa donji izlagalački dio te presvučen crnim staklima (slika 5).

---

<sup>91</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Lauba – Nova kuća: <http://www.lauba.hr/hr/nova-kuca-4/> [25.7.2013.]

Projekt je u konačnici preuzela arhitektica Morana Vlahović. Cilj pri projektu *Laube* bio je predstavljanje izložbenih djela, ali i svih povijesnih slojeva građevine koji su tijekom promjene funkcije bila nadograđivani kao prikaz suživota sadašnjosti i prošlosti. Izložbeni prostor arhitektica je zamislila kao pokretanje aluminijskih panela koji omogućuju veliki broj varijacija reorganizacije izložbe. Panel je ukupnih dimenzija 5 x 3,40 metra te se sastoji od punog i mrežastog dijela koji u kombinaciji omogućuju zakretanje. Paneli mogu biti postavljeni na zid, u slučaju da se radi o manjoj izložbi koja ne zahtijeva veći broj podloga, ili postavljeni slobodno stojeći na drvenom parteru hale. (slika 6)

Arhitektica je projekt interijera opisala metaforom striptiza: „Svoje dijelove i sadržaj svlači i oblači poput odjeće. Ponekad se razodijeva redom, ponekad nasumce. Zatim ih doslovce razbaca po podu ili pak posloži posve uredno... Ovisno o raspoloženju. Rijetko kad je zakopčana do grla. (...) Uglavnom, ta vam se zabavlja tako da svoju novu svečanu odjeću skine do kraja, do gole kože.“<sup>92</sup>

Pročelje je obojano u crnu boju bitumenskog odsjaja koju je kao jedini ustupak, za razliku od rekonstrukcije u izvornom obliku, odobrio Gradski zavod za zaštitu spomenika i kulture (slika 7). Usko surađujući sa Silvijem Novakom i Zrinkom Paladino iz Gradskog zavoda za zaštitu spomenika kulture i prirode, u zgradi *Laube* svi zaštićeni elementi s povijesnim karakteristikama vraćeni su u izvorno stanje: od arhitektonske plastike u eksterijeru, formata prozora, prozorske rešetke, jedinstvenosti interijera do krovne konstrukcije. Građevina je time postala prvi primjer uspješne rekonstrukcije kulturne baštine u zapadnom dijelu grada te je projekt *Lauba* – kuća za ljude i umjetnost osvojio godišnju nagradu Bernardo Bernardi za najuspješnije ostvarenje na području oblikovanja i unutrašnjeg uređenja u 2011. godini.<sup>93</sup>

Prvobitan naziv *Spremište za ljude i umjetnost*, kustosica i vlasnik mijenjaju u *Lauba* – kuća za ljude i umjetnost. Upotreba naziva *Lauba* pokazuje jedan od marketinških trikova pri čemu se između korisnika ili potrošača i tvrtke koja nudi uslugu nastoji stvoriti emotivna veza na individualnoj razini. Na taj se način koriste strategije vezanja priče uz naziv: naime naziv *Lauba* lokalni je naziv za kružni drvored korišten u Vrbovcu te vjerojatno dolaze od njemačke

---

<sup>92</sup> Intervju je dostupan na službenoj stranici *Laube* – Nova kuća: <http://www.lauba.hr/hr/nova-kuca-4/> [25.7.2013.]

<sup>93</sup> Društvo arhitekata Zagreba, „AGP dizajn i Morana Vlahović: *Lauba*“, u: *DAZ*, 8.12.2011. <http://www.d-a-z.hr/hr/vijesti/agp-dizajn-i-morana-vlahovic-lauba,1036.html> [26.7.2013.]



riječi *laub* koja u prijevodu znači lišće. Kolekcionar Kličko proveo je djetinjstvo i mladost u Vrbovcu te se ovdje nastoji povući izravna veza između kolekcionara i izložbe koja se predstavlja i koja je u potpunosti individualizirana temeljivši se na osobnom izboru umjetničkih djela kolekcionara.

Lauba se metaforom kružnog drvoreda predstavlja kao mjesto doživljaja, učenja, zabave i društvene interakcije:

„Kružni drvored s krošnjama koje se jedva dotiču postao je mjesto igre, ali i natjecanja. Penjati se po tim krošnjama i osvojiti cijelu Laubu, a da se ne dotakne tlo. Bio je to sveti cilj. Kada bi njega pokorili, postavljala se nova i nemogućija misija - napraviti cijeli krug što brže, sa što manje posjekotina.“<sup>94</sup>

*Lauba* tako u svojoj organizacijskoj strukturi ima programe koji nastoje okupiti što veći broj ljudi na jednom mjestu: nestalni postav koji se mijenja svakog mjeseca, postav u pokretanju „ringišpil“, popratne izložbe uz postav, radionice za djecu organizirane subotom pod nazivom *Laubica*, volontiranja, izložbe suvremene umjetničke produkcije, radionice za odrasle, prostor *coworkinga* odnosno inicijative u kojoj se jedan dio prostora iznajmljuje individualcima ili poslovnim grupama.

Od svog otvorenja 2011. godine (slika 8), godinu i pol nakon otvorenja Muzeja suvremene umjetnosti, *Lauba* prati umjetničku produkciju umjetnika mlađe i srednje dobi svojim raznovrsnim i neprestano održavanim programom. Sam naziv *Kuća za ljude i umjetnost*, prema arhitektici Morani Vlahović, sugerira na reinkarnaciju kuće uz ostvarenje potpuno nove tipologije u kojem su u doslovnom fizičkom suživotu postavljeni uredi tvrtke i prostor za izlaganje umjetnosti.<sup>95</sup> Razlog tomu je što je sama zbirka rasla s napretkom tvrtke te je zapravo neprestano s njom bila u kontaktu. Upravo takvo iskustvo projekt Laube želi dalje prenijeti publici omogućujući joj svojim programom osobnu i izravnu komunikaciju s ljudima koji stvaraju umjetničku scenu. Budući da je projekt zamišljen kao djelomično

---

<sup>94</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Laube: <http://www.lauba.hr/hr/o-laubi-3/> [25.7.2013.]

<sup>95</sup> PETRA TOMLIJANOVIĆ, „Lauba – najmlađa stogodišnjakinja u gradu“, u: *pogledaj.to*, 18.4.2011. <http://pogledaj.to/arhitektura/lauba-%E2%80%93-najmlada-stogodisnjakinja-u-gradu/> [27.7.2013.]

financijski samoodrživ, naglasak je stavljen na poveznici umjetničke i poslovne scene koje su u neposrednom odnosu.

## 4.FINANCIRANJE PRIVATNE INICIJATIVE

### 4.1. FINANCIRANJE PRIVATNE INICIJATIVE U HRVATSKOJ

Privatni projekt renoviranja bivše jahaonice i njene adaptacije u *Laubu – kuću za ljude i umjetnost* koji bi spojio urede tvrtke *Filip Trade* i izlagački prostor, iz financijskog kuta gledišta predstavio je negativnu politiku Republike Hrvatske koja zakonski ne stvara poticaje za privatne inicijative nedovoljnim pružanjem olakšica. U intervjuu Vanja Žanko,<sup>96</sup> kustosica *Filip Trade* kolekcije koja je bila jedna od glavnih pokretača ovog projekta, otkrila je glavne probleme na koje je tvrtka naišla pri početku rada na projektu. Naime, o financiranju projekata koji spadaju u javno-privatnu domenu u Republici Hrvatskoj određuje *Agencija za javno-privatno partnerstvo*. Agencija JPP predstavlja središnje nacionalno tijelo zaduženo za provedbu Zakona o javno-privatnom partnerstvu u Republici Hrvatskoj.<sup>97</sup> Ministarstvo nije financiralo projekt *Laube – kuće za ljude i umjetnost*, iako se radilo o privatnoj inicijativi koja predstavlja dobrobit za Republiku Hrvatsku. Prema zakonu, Ministarstvo financira projekt

---

<sup>96</sup> Vanja Žanko. Osobni intervju. 16.7.2013.

<sup>97</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Agencije za javno-privatno partnerstvo: <http://www.aijp.hr/> [29.7.2013.]

samo ako se radi o javnom prostoru uz privatno financiranje, odnosno u ovom slučaju samo ako grad Zagreb daje prostor, a privatni investitor financira preostali dio projekta.<sup>98</sup>

Izlagalački prostor također nije mogao biti organiziran kao muzej budući da kao ustanova nije mogao zadovoljiti muzejske standarde pa je time onemogućena bilo kakva financijska pomoć. Prema zakonu o muzejima, Republika Hrvatska nudi zakone koji omogućuju otvaranje i financiranje muzeja koje Žanko u intervjuu komentira kao još uvijek „zakone socijalizma“.<sup>99</sup>

Prema zakonu o muzejima, muzeji se mogu osnovati pod navedenim uvjetima:

„Muzeje kao javne ustanove mogu osnovati Republika Hrvatska, županije, Grad Zagreb, gradovi i općine. Muzeje kao ustanove mogu osnovati domaće i strane pravne i fizičke osobe.

Više osnivača iz stavka 1. ovoga članka može zajednički osnovati muzej kao javnu ustanovu, odnosno više osnivača iz stavka 2. ovoga članka kao ustanovu, a međusobna prava i obveze osnivača uređuju se ugovorom. Muzeji, galerije i zbirke unutar ustanova i drugih pravnih osoba, osnivaju osnivači ustanova i drugih pravnih osoba u čijem se sastavu nalaze kao svoje podružnice, odnosno kao svoje ustrojbene jedinice.“<sup>100</sup>

Prema navedenom članku, jasno je vidljivo da je projekt *Laube* osnovala domaća pravna osoba, no problem na koji su organizatori projekta naišli je upravo definicija zakona o muzejima kojim bi trebalo upravljati upravno vijeće strukturalno sadržavajući 3 ili 5 članova prema članku 24.<sup>101</sup>

Financijski projekt muzeja nije bio održiv jer privatna inicijativa ne bi dobila državnu novčanu potporu namijenjenu muzejima zbog svoje drukčije organizacije djelovanja. Iako se

---

<sup>98</sup> Vanja Žanko. Osobni intervju. 17.7.2013.

<sup>99</sup> Žanko, Vanja. Osobni intervju. 16.7.2013.

<sup>100</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – pročišćeni tekstovi zakona:

<http://www.zakon.hr/z/302/Zakon-o-muzejima> [29.7.2013.]

<sup>101</sup> „Upravno vijeće ima 3 ili 5 članova, od kojih većinu imenuje osnivač iz redova istaknutih kulturnih i znanstvenih djelatnika, dok ostale bira muzejsko stručno vijeće, a ako ono nije osnovano, stručno vijeće, a ako ono nije osnovano, stručno muzejsko osoblje iz svojih redova. Broj članova upravnog vijeća, način njihova izbora, mandat, donošenje odluka i druga pitanja u svezi s radom upravnog vijeća, uređuju se aktom o osnivanju i statutom muzeja.“ Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – pročišćeni tekstovi zakona: <http://www.zakon.hr/z/302/Zakon-o-muzejima> [29.7.2013.]

izdvojena sredstva za kulturu u Hrvatskoj ne pokazuju dostatnima za veliki broj projekata, ključna je poticajna uloga države kao potvrda vrijednosti projekta.

Stoga je tvrtka *Filip Trade* namjeravala otvoriti fundaciju koja bi obuhvatila čitavu *Filip Trade* kolekciju. Upravo stvaranje fundacija pridonijelo je velikom *boomu* suvremene umjetnosti čiji začetak nalazimo u Velikoj Britaniji i Sjedinjenim Američkim Državama.

## 4.2. SISTEM FINANCIRANJA PRIVATNIH INICIJATIVA U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA

U SAD-u otvaranje fundacije za dobrobit društva osigurava smanjenje poreza koji tvrtka treba platiti državi. Pogodnosti u obliku poreznih olakšica koje su federalni zakoni SAD-a ponudili privatnim inicijativama, nagnala je mnoge tvrtke na usmjeravanje osnivanja fundacija što je u polju suvremene umjetnosti otvorilo prostor za zanimanje vlasnika tvrtki za stvaranje kolekcija koje bi kasnije bile dio fundacije.

Fundacije su u SAD-u definirane kao dobrotvorne organizacije, ali Internal Revenue Code<sup>102</sup> razlikuje javne dobrotvorne organizacije te privatne fundacije koje su obično financirane od strane pojedinaca, obitelji koje su osnovale fundaciju ili od korporacija. Privatne pak fundacije imaju više restrikcija i manje porezne olakšice od javnih dobrotvornih organizacija što je regulirano poreznom reformom iz 1969. godine. Prije 1969. godine u SAD-u, kako navodi bivši glavni savjetnik pri Internal Revenue Service K. Martin Worthy, fundacije su se osnivale kako bi se izbjeglo plaćanje poreza jer nisu trebale zadovoljiti minimalne kriterije financijske dobiti. Navedeni kriteriji se mijenjaju uvođenjem porezne reforme 1969. godine kada je postupno svake godine zakon o određenom postotku dobiti varirao.<sup>103</sup> Ukoliko su kriteriji dobiti zadovoljeni, fundacije bi se oslobađale poreza što je poslužilo kao okidač za stvaranje fundacija i doniranja fundaciji pri čemu bi se također tvrtci koja donira pružile porezne olakšice.

Prema *National center for charitable statistics*, privatne fundacije oslobođene su poreza prema zakonu 501(c)(3)<sup>104</sup> s naglaskom kako se ipak ne radi o javnim dobrotvornim organizacijama budući da je većina privatnih fundacija osnovana kako bi distribuirala novac javnim dobrotvornim organizacijama ili individualcima. Kako bi bile oslobođene poreza, moraju slijediti stroge smjernice koje zahtijevaju distribuciju njihovih sredstava svake godine.

Dodatne reforme koje su uslijedile 90-ih godina u SAD-u dale su poticaj povećanju inicijativa privatnih kolekcionara. Cat Weaver<sup>105</sup> pažnju usmjeruje upravo na promjene na polju suvremene umjetnosti od 90-ih godina kada kolekcionari iniciraju otvaranje fundacija i muzeja često pod svojim vlastitim prezimenom. Razloge za privatne projekte otvorene javnosti autorica nalazi u sljedećim kategorijama: ego, brendiranje odnosno marketing, moć i već spomenuto oslobađanje od poreza.<sup>106</sup> Weaver osnivanje fundacija ili privatnih muzeja vidi kao potražnju za društvenim statusom i poboljšanjem imidža poslovnog čovjeka budući da je mnogim „filantropistima“ ponuđeno mjesto u muzejskom odboru. Tako je američki

---

<sup>102</sup> Internal Revenue Code dio je federalnog poreznog zakona u SAD-u. Podatak je naveden na službenog stranici IRC-a: <http://www.irs.gov/Charities-&-Non-Profits/Charitable-Organizations/Private-Foundations> [29.7.2013.]

<sup>103</sup> K. MARTIN WORTHY, „The Tax Reform Act of 1969: Consequences for Private Foundations“, u: *Law and Contemporary Problems*, jesen 1975. 232-254. 239.

<sup>104</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici NCSS-a: <http://www.nccs.urban.org/> [29.7.2013.]

<sup>105</sup> CAT WEAVER, „When Private Collectors go Public: Part 1: Ego, Branding, Power and Taxes“, u: *galleryIntell*, lipanj 2013., bez paginacije.

<http://www.galleryintell.com/when-private-collectors-go-public-part-1/> [30.7.2013.]

<sup>106</sup> WEAVER (2013), bez paginacije.

kolekcionar Eli Broad<sup>107</sup> nakon velikih donacija pri samom osnivanju Muzeja suvremene umjetnosti u Los Angelesu 1979. godine, postao osnivač i predsjednik kojemu je omogućen odabir određene osobe za direktora muzeja i vođenje pregovora za kupnju kolekcije talijanskog kolekcionara Giuseppea Panze.

Pri osnivanju samostalnih muzeja pod svojim imenom, kolekcionari pružaju javnosti pristup svojoj kolekciji vidjevši u tome, dugoročno gledajući, veliku financijsku dobit: predstavljanje umjetnika zastupljenih u kolekciji povećava njihovu vrijednost na umjetničkom tržištu. Weaver<sup>108</sup> posebice navodi ironičnost u ovom postupku nazivajući fundacijsko oslobađanje od poreza rupom u zakonu budući da fundacije nose nazive prezimena ili punog imena i prezimena privatnog kolekcionara kao što je u slučaju *The Broad Art Foundation* američkog poduzetnika Elija Broada osnovana 1984. godine. Naime autorica nalazi spornim odluku da privatna fundacija može podnijeti zahtjev za oslobađanje od poreza kao i javna organizacija ili pak muzej koji ima kolekciju koja je „društveno relevantna“.<sup>109</sup> Privatna kolekcija pak temeljena je na odluci jednog kolekcionara te ne predstavlja stručni i vrijednosni sud šire zajednice već objašnjenog kulturnog polja.

Takve privatne muzeje, njemački novinar i kritičar arhitekture, Niklas Maak naziva „ego-zejima“<sup>110</sup> koji imaju funkciju statusnog simbola. Maak ističe sličnu tendenciju koja se javlja na europskoj umjetničkoj sceni posebice produbljivanjem ekonomske krize nakon 2008. godine: javnim ustanovama prijete proračunski rezovi, dok s druge strane „cvate posao privatnih muzeja“.<sup>111</sup> Autor daje primjere: François Pinaulta, vlasnika modnih kuća Gucci i Yves Saint Laurent, koji je svoju zbirku smjestio u privatni muzej u Veneciji; te Bernarda Arnaulta, vlasnika Louisa Vuittona i bivšeg vlasnika aukcijske kuće Philips de Pury & Company, koji planira smjestiti svoju kolekciju u zgradu u Parizu čija bi izgradnja prema planu trebala biti gotova 2013. godine. Brojnost novih privatnih muzeja, prema autoru, predstavlja „natjecanje najoriginalnijih vitrina za ostavu“<sup>112</sup> što pridonosi padu zanimanja za

---

<sup>107</sup> usp. Broad Foundation: [http://www.broadfoundation.org/about\\_broads.html](http://www.broadfoundation.org/about_broads.html) [30.7.2013.]

<sup>108</sup> WEAVER (2013), bez paginacije.

<sup>109</sup> WEAVER (2013), bez paginacije.

<sup>110</sup> NIKLAS MAAK, „Ego-seums are coming to Europe“, u: *Presseurop*, 24.6.2010.

<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/museen-kunst-als-privatsache-1996247.html> [30.7.2013.]

<sup>111</sup> MAAK (2010), bez paginacije.

<sup>112</sup> MAAK (2010), bez paginacije.

javne muzeje. Najveći utjecaj koje privatne zbirke imaju na suvremenu umjetnost upravo je stvaranje ukusa: no Maak ističe kako „mali hramovi privatnog ukusa“<sup>113</sup> ipak ne mogu zamijeniti javne muzeje budući da predstavljaju jedan odsječak povijesti vođen privatnim ukusom, dok javni muzej kao ustanova stvara kolektivnu vizualnu memoriju nekog društva predstavljajući mjesto kao estetsko okruženje na kojem se predstavljaju i diskutiraju djela koja su odabrana od strane stručnjaka.

#### 4.3. FUNDACIJE I NEPROFITNE ORGANIZACIJE KULTURE U HRVATSKOJ

U zakonu Republike Hrvatske svrha fundacija i zaklada definirana je kao općekorisna ili dobrotvorna. Zaklada predstavlja imovinu koja sama, to jest prihodima koje stječe, služi navedenoj svrsi, dok fundacija ima zadano određeno vremensko razdoblje pri kojemu treba ispuniti svoju svrhu.<sup>114</sup>

Na američkom tržištu fundacije, kao što su primjerice *The Broad Art Foundation*, *Dia Art Foundation*, *The Getty Foundation* (dio *J. Paul Getty Trust*), imaju veliku ulogu pri stvaranju i održavanju tržišta suvremene umjetnosti. Država, koja daje poticaje u obliku poreznih olakšica pri darivanju umjetničkih djela muzejima ili zahtjev za oslobađanje fundacije od poreza, oslobodila je platformu u kojoj privatne inicijative potiču pokretanje državne ekonomije stvarajući tržište suvremene umjetnosti te održavanje kolanja kapitala. U slučaju pak Republike Hrvatske, fundacije su definirane kao imovina koja služi ostvarivanju neke općekorisne ili dobrotvorne svrhe, ali „u određenom vremenskom razdoblju, ne dulje od pet godina“.<sup>115</sup>

Kustosica Žanko u intervjuu upravo navodi da su se odlučili za oblik pravnog formiranja kolekcije kao neprofitne udruge budući da zakon o fundacijama Republike Hrvatske ne bi obuhvaćao projekt *Laube* kakav je zamišljen.

---

<sup>113</sup> MAAK (201), bez paginacije.

<sup>114</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – Pročišćeni tekstovi zakona <http://www.zakon.hr/z/164/Zakon-o-zakladama-i-fundacijama> [29.7.2013.]

<sup>115</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – Pročišćeni tekstovi zakona <http://www.zakon.hr/z/164/Zakon-o-zakladama-i-fundacijama> [29.7.2013.]

Neprofitna organizacija definira se kao organizacija čiji članovi nemaju privatna vlasnička prava te stoga nema prava ni na dobit.<sup>116</sup> Takva poduzeća koja su obično financirana od donacija, zaklada ili državne potpore imaju za cilj maksimizaciju količine i kvalitete pružene usluge, dok privatna profitna poduzeća za cilj imaju maksimizaciju profita pri čemu količina i kvaliteta ne moraju biti primarni. Prema natuknici u Routledge rječniku ekonomije kao ključna točka za rast neprofitnih organizacija ističe se: „odbojnost prema tržišnim mehanizmima i altruistični stavovi“.<sup>117</sup>

*Lauba – kuća za ljude i umjetnost* naposljetku je definirana zakonom kao neprofitna organizacija<sup>118</sup> koja nastoji ostvariti prosvjetnu i kulturnu općedruštvenu korist. Njezina misija elaborirana je kao želja „otkrivanja novih oblika umjetničkog izraza hrvatskih vizualnih umjetnika i umjetnica, doprinijeti podizanju javne svijesti o modernoj i suvremenoj hrvatskoj umjetnosti, te sudjelovati u internacionalnim kulturnim tokovima.“<sup>119</sup> Cilj je *Laube* upravo aktualiziranje hrvatske umjetničke scene putem suradnji, izložbi i razmjeni znanja sa srodnim institucijama. Tim putem projekt nastoji hrvatsku scenu više uvesti u međunarodne tokove s razvijenijim tržištima umjetnosti.

No za poticanje privatnog projekta *Laube* i obnove te rekonstrukcije dotrajale građevine, kako navodi Ožegović „nije uložena ni kuna iz gradskog proračuna i državnog budžeta“.<sup>120</sup> Projekt je naime financiran uz pomoć kredita VABA-e, odnosno Banke Varaždin te je osmišljen projekt samofinanciranja *Laube* pri čemu su pozvali partnere da im se priključe u misiji širenja suvremene umjetnosti u Hrvatskoj koja će donijeti promjenu. Partneri zauzvrat dobijaju pogodnosti kao što su najam umjetnina, umjetničko savjetovanje, privatni razgovori s umjetnicima rezervirani samo za članove *Laube* (iako postoji i druga kategorija: Razgovor s umjetnicima sa širom publikom) te posebni događaji organizirani samo za članove. Kombiniranjem privatnih i javnih projekata, odnosno povezivanjem privatnih investitora s javnim institucijama, *Lauba* nastoji potaknuti inovativno financiranje donoseći nove strategije

---

<sup>116</sup> RUTHERFORD (2002.), 419.

<sup>117</sup> RUTHERFORD (2002.), 419.

<sup>118</sup> „Udruga u smislu ovog Zakona je svaki oblik slobodnog i dobrovoljnog udruživanja više fizičkih, odnosno pravnih osoba, koje se, radi zaštite njihovih probitaka ili zauzimanja za zaštitu ljudskih prava i sloboda, te ekološka, humanitarna, informacijska, kulturna, nacionalna, pronatalitetna, prosvjetna, socijalna, strukovna, športska, tehnička, zdravstvena, znanstvena ili druga uvjerenja i ciljeve, a bez namjere stjecanja dobiti, podvrgavaju pravilima koja uređuju ustroj i djelovanje toga oblika udruživanja.“ Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – pročišćeni tekstovi zakona: <http://www.zakon.hr/z/64/Zakon-o-udrugama> [29.7.2013.]

<sup>119</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Laube: <http://www.lauba.hr/hr/o-laubi-3/> [29.7.2013.]

<sup>120</sup> NINA OŽEGOVIĆ, „Novi Art centar na zapadu Zagreba: Oaza suvremene umjetnosti u vojnoj jahaonici“ u *Nacional*, ur. Mislav Šimatović, 29.3.2011. <http://www.nacional.hr/clanak/104745/oaza-suvremene-umjetnosti-u-vojnoj-jahaonici> [31.7.2013.]



u privatnom poduzetništvu. Kao što je već navedeno, upravo kombinacijom privatne inicijative i poreznih poticaja države koja je prepoznala potencijal privatnih projekata, na tržište umjetnosti ulaze novi akteri šireći tržište, ali i polje produkcije pri čemu rastuće tržište uvijek traga za novim otkupom umjetničkih djela i novim imenima na umjetničkoj sceni.

## 5. PRIVATNA KOLEKCIJA I DRŽAVNA KOLEKCIJA:

### USPOREDNI PRIKAZ LAUBE – KUĆE ZA LJUDE I UMJETNOST I MUZEJA SUVREMENE UMJETNOSTI U ZAGREBU

Trend gradnje suvremenih muzeja čiji je cilj upisavanje grada u svjetsku kartu suvremenih događaja Sacco i Viganò<sup>121</sup> uspoređuju s gradnjom katedrala. Muzeji suvremene umjetnosti, kako autori ističu, predstavljaju „katedrale našeg stoljeća“ koje zahtijevaju relikvije i neprestane ceremonijalne događaje u obliku sajмова, *biennala*, velikih izložbi, festivala zahtijevajući veliki broj publike.

Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu otvoren je 2009. godine u novoj građevini arhitekta Igora Franića u Novom Zagrebu (slika 9), no prikupljanje zbirke započelo je u sklopu tadašnje Gradske galerije suvremene umjetnosti 1954. godine. Zbirke koje obuhvaća MSU<sup>122</sup> su: zbirke crteža, grafika, plakata i radova na papiru, zbirka filma i videa, zbirka fotografije, zbirka medijske umjetnosti, zbirka skulpture, zbirka slikarstva, Arhiv Tošo Dabac, Atelijer Kožarić, donacija Seissel, zbirka Richter te zbirka Benko Horvat. Jedan dio zbirke MSU-a čine umjetnička djela iz privatnih kolekcija, no za razliku od predstavljanja privatne kolekcije gdje djela mogu biti izdvojena iz konteksta, cilj je institucije muzeja upravo sistematizirati djela prema tendencijama koje su ga pratile u određenom periodu.<sup>123</sup> Cilj muzeja je na taj način iz mnoštva umjetničke produkcije izvesti univerzalan sud, odnosno prema Dossi, „treba imati korektivnu ulogu u usporedbama na tržištu koje pokreću samo komercijalni interesi.“<sup>124</sup>

---

<sup>121</sup> PIER LUIGI SACCO I FEDERICA VIGANÒ, „Uvod“ u DOSSI (2009), 16.

<sup>122</sup> Muzej suvremene umjetnosti

<sup>123</sup> „Zbirke Muzeja suvremene umjetnosti sadrže građu koja pokazuje početke i logični razvoj pojedinih umjetničkih tendencija, kao i njihove direktne i indirektne utjecaje na produkciju koja im kronološki slijedi. Ujedno, zbirke očituju aktualnost hrvatske umjetničke produkcije u pojedinom razdoblju u odnosu na istodobne tokove razvoja europske, odnosno svjetske umjetnosti.“ Podatak je naveden na službenoj stranici MSU-a: <http://www.msu.hr/#/hr/zbirke/> [1.8.2013.]

<sup>124</sup> DOSSI (2009), 76.

Galerija suvremene umjetnosti već 60-ih i 70-ih godina poprima svoj „muzejski karakter“<sup>125</sup> kada izložbama pod nazivom *Akvizicije* i pokretom *Nove tendencije* uspostavlja instituciju kao valorizacijski filter zbivanja na tadašnjoj umjetničkoj sceni. Važan utjecaj koji je GSU<sup>126</sup> imala u prvih tridesetih godina svojeg djelovanja vidljiv je u postavu današnjeg MSU-a pod nazivom *Zbirke u pokretu*. S postavom podijeljenim na kategorije s apstraktno zamišljenim nazivima: 1. Projekt i sudbina, 2. Umjetnost kao život, 3. Umjetnost o umjetnosti, 4. Velika enigma svijeta, 5. Riječi i slike, MSU se približava pojmu „enciklopedijskog muzeja“<sup>127</sup> koji obilježava namjera pričanja priče na način da se nižu sekvence izdvojenih verzija povijesti umjetnosti. Samim autorima koncepcije *Zbirke u pokretu* Nadi Beroš i Tihomiru Milovcu prigovarana je subjektivnost, političnost i nestručnost pri izradi plana za izložbu pri čemu umjetnici ne znaju zašto se nalaze u određenoj kategoriji.<sup>128</sup>

Istaknuti takozvani vrhunci hrvatske suvremene umjetnosti: *EXAT 51*, *Gorgona* i *Nove tendencije* smješteni su u prostor takozvane bijele kocke (slika 10) u kojemu je „djelo izdvojeno od svega što bi moglo odvući pažnju od vlastitog vrednovanja“.<sup>129</sup> MSU na taj način ustanovljuje kanone prošlosti nauštrb valorizaciji suvremene umjetničke scene s kojom je neprestano u zakašnjenju. Razlog tomu može se vidjeti u diskontinuitetu rada MSU-a pri čemu su devedesete godine u Hrvatskoj uvjetovale gubitak značajnije uloge na međunarodnoj umjetničkoj sceni. Današnji muzej izgubio je veliki potencijal koji je imala Galerija suvremene umjetnosti u snažnom poticanju umjetničke scene čiji se razlozi mogu nazirati u financiranju institucije od strane Ministarstva kulture Republike Hrvatske koje predstavlja

---

<sup>125</sup> ENA HODŽIĆ, *Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu kao institucija kulture*, Zagreb: Filozofski fakultet, 2012. 8.

<sup>126</sup> Galerija suvremene umjetnosti

<sup>127</sup> ROSALIND KRAUSS, „The cultural Logic of the Late Capitalist Museum“, u: *October*, sv.54, jesen 1990. MIT Press, 3-17.

<sup>128</sup> „Upravo nas to čeka u zgradi. Uselila se jedna druga ideja u kojoj je sve relativno, u kojoj je umjetnost roba, u kojoj je duh napustio tijelo. Ostala je samo ambalaža. Bez znanja, stava i stila zgrada je pretrpana robom kao da ju je slagao kustoski tim bankrotiranog trgovačkog lanca Pevec. Ovo nije mjesto kontemplacije, već poharani konzumni centar u sezonskoj rasprodaji. Pogledajmo kako je tretiran umjetnik, odnosno njegovo djelo. Gorgona je predstavljena na polici, skulpture su postavljene ispred na zid naslonjenih i oku nepristupačnih slika, na policu polegnutih crteža, itd. Da se razumijemo, umjetnik ima pravo učiniti sa svojim radom što god hoće, izložiti ga i neraspakiranog, pogotovo ako se zove Ivan Kožarić, ali jedan bezimeni kustos, kako god manipulirao umjetničkim djelom, neće postati umjetnikom. Kustos treba služiti djelu. Imam dojam da su zgrada i stalni postav, umjesto da afirmiraju umjetnikovu ideju, postali sami atrakcija, a umjetnička djela služe kao kozmetičko sredstvo za pokrivanje nedostataka i zgrade i koncepcije stalnog postava.“ Damir Sokić, „Planski zapošljavani kustos: Biškupić je napunio MSU svojim pulenima“, u: *GLOBUS*, 15.1.2013. bez paginacije.

<sup>129</sup> BRIAN O'DOHERTY, *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space* (San Francisco: The Lapis Press, 1986.) 14.

nedovoljan budžet za otkup djela suvremenih umjetnika, ali i u slabom organizacijskom vođenju institucije.<sup>130</sup>

*Lauba – kuća za ljude i umjetnost* novi je projekt započet 2006. godine, no i sama zbirka novijeg je datuma bilježivši svoje početke 1991. godine. Zbirka *Filip Trade* danas broji više od petsto radova koji se naizmjenično prikazuju u takozvanim „nestalnim postavima“. Izložbe postava organizacijski su zamišljene neprestano u pokretu, budući da se svakog mjeseca pojedina umjetnička djela zamjenjuju novima. Cilj je takvog postava, kako navodi kustosica Žanko,<sup>131</sup> reflektiranje potrebe za novim tumačenjima i kontekstualizacijama radova suvremene umjetnosti. Neke su od smjernica za organizaciju postava stvaranje novih poveznica i odnosa među radovima: estetskih, kronoloških, tematskih, stilskih, generacijskih, žanrovskih, tehničkih, oblikovnih, teksturnih. Slična tendencija vidljiva je i u konceptu *Zbirke u pokretu* MSU-a, iako promjene u postavu zapravo nisu učestale kao što je zamišljeno.

Vlasnik Kličko kolekciju povećava održavajući dugogodišnje veze s umjetnicima te podupirući ih financijski u njihovu radu organizirajući izložbe, financirajući trošak radova i publikacije: *Data Book on Hydrocarbons* umjetnika Bruna Pogačnika pod pseudonimom Puma34 te film *L.A. Nedovršeno* Igora Mirkovića iz 2008. godine (o djelu „*Potpisivanje deklaracije o pridruživanju Zapadne Hercegovine i Popovog polja Republici Hrvatskoj*“ (*Wer Hat Das Bier Bestellt?*)“ Lovre Artukovića), dodjeljivanjem nagrade *Filip Trade* koju su dobili David Maljković (2002), Matko Vekić (2003), Kristian Kožul (2004) i Viktor Popović (2005).<sup>132</sup> Posljednjih je godina stoga zbirka usmjerena na trenutnu proizvodnju umjetnika mlađe i srednje generacije.

Najstariji radovi uključuju radove umjetničkih grupa EXAT 51, Gorgone i Novih tendencija koji danas postaju „klasici“ i dobro kotiraju na aukcijama na hrvatskom tržištu.<sup>133</sup>

Prvi postav Laube uključivao je umjetnike: Mariju Ujević Galetović, Slavena Tolja, Sinišu Majkusa, Braca Dimitrijevića, Lovru Artukovića, Zlatana Vehabovića, Ivana Kožarića, Ivana Fijolića, Matka Vekića, Kristiana Kožula, Ninu Ivančić, Pumu 34, Duju Jurića, Viktora

---

<sup>130</sup> Na primjer: nedovoljna iskorištenost kino dvorane Gorgona, krova muzeja, stepenastog prostora ispred muzeja.

<sup>131</sup> Žanko, Vanja. Osobni intervju. 16.07.2013

<sup>132</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Laube: <http://www.lauba.hr/hr/o-laubi-3/> [1.8.2013.]

<sup>133</sup> Mihočinec, Zdravko; Albaneže, Nikola: Osobni intervju. 19.07.2013.

Popovića, Silvija Vujičića, Josipa Klaricu, Andreju Kulunčić, Zlatka Kopljara, Silva Šarića, Nikolu Ukića, Ivanu Franke, Igora Rufa, Lalu Raščić, Alema Korkuta, Vlastu Žanić, Kristinu Lenard i Niku Radić, odnosno umjetnike mlađe i srednje generacije koji tek pronalaze svoje mjesto na sceni.

U razgovoru s Vanjom Žanko, kustosicom *Filip Trade* kolekcije, uspoređujući kolekciju Muzeja suvremene umjetnosti i *Laube* uvidjeli smo brojne razlike među institucijama zbog načina njihovog vođenja. Muzej suvremene umjetnosti kao državna institucija u radu se prikazuje inertnom za brzo praćenje izmjena na umjetničkoj sceni. Budući da je kao državna institucija ovisna o državnom budžetu koji izdvaja ograničen godišnji izdatak za kupnju određenog broja djela suvremene umjetnosti te je ograničena brojnim filtrima koje treba proći da bi djelo uopće bilo otkupljeno, upitan je status muzeja kao akumulacije kulture koja još nije dobila svoje čvrsto uporište u povijesnim pregledima ili kritikama. Zbog toga Groys dovodi u pitanje muzej suvremene umjetnosti kao apsurdan pojam zbog nemogućnosti istovremene akumulacije kulture i njenog vrednovanja: „Zbog toga je muzej suvremene umjetnosti besmislica, isključivo stvar komercijalnog sistema umjetnosti koji pokušava povijesno uvjetovani manjak novoga, unovčiti nadomještajući ga sve većom poduzetnošću.“<sup>134</sup>

Privatne institucije zbog svojeg fleksibilnijeg karaktera poslovanja lakše se mogu prilagoditi tržištu u vrijeme naglih promjena kao što su velike oscilacije cijena na tržištu suvremene umjetnosti.

Odnos institucije i umjetnika u slučaju *Laube – kuće za ljude i umjetnost* predstavlja izravniji kontakt kao što je primjerice slučaj kod kupnje radova slikara Lovre Artukovića. Odnos slikara Artukovića i kolekcionara Klička mogao bi se opisati kao prijateljski i poslovan. Kolekcionar opisuje suradnju s jednim od „najboljih figurativnih slikara srednje generacije“<sup>135</sup> na sljedeći način: „Lovri Artukoviću dajem plaću kakvu je imao na Likovnoj akademiji i vodim mu marketing i prodaju, a on mi zauzvrat daje postotak od prodaje slika. Artuković je jedini umjetnik s kojim želim ovu vrstu dogovora. Kod nas se jednostavno sve poklopilo, i

---

<sup>134</sup> BORIS GROYS, 2006: 92

<sup>135</sup> NINA OŽGOVIĆ, „Lovro Artuković u Laubi: Pietà pod neonom“, u: *Nacional*, br. 833, 31.10.2011. <http://www.nacional.hr/clanak/118863/pieta-pod-neonom> [2.8.2013.]

posao i prijateljstvo.<sup>136</sup> Odnos između umjetnika Lovre Artukovića i kolekcionara Tomislava Klička može se usporediti sa sličnim odnosom kolekcionarke Peggy Guggenheim i Jacksona Pollocka kojemu je spomenuta kolekcionarka davala mjesečnu stipendiju kako bi se u potpunosti mogao posvetiti slikarstvu.<sup>137</sup> U navedenim primjerima uloga kolekcionara poprima značajke mecene, odnosno zaštitnika i pokrovitelja, koji ima prednost pred drugim potencijalnim kolekcionarima pri kupnji umjetnikovih radova. Stoga je Artuković iz takvog istovremeno privatnog i javnog odnosa s kolekcionarom, u zbirci zastupljen s najviše radova: sveukupno 33 djela te je financiran film o njegovu radu: *L.A. Nedovršeno* redatelja Igora Mirkovića. Na primjeru Artukovićeve najpoznatijeg rada *Potpisivanje deklaracije o pridruživanju Zapadne Hercegovine i Popovog polja Republici Hrvatskoj (Wer Hat Das Bier Bestellt?)*<sup>138</sup> (slika 11) vidljiva je i veća sloboda kritike koju privatna organizacija, neovisno o državnom financiranju, posjeduje. Artuković u radu prikazuje apsurdnost ratovanja na području bivše Jugoslavije prikazujući rat kao igru u berlinskoj „birtiji“ gdje se granice novih država crtaju na ploči uz ponuđeni dnevni jelovnik. Snažna politička poruka koju umjetnik šalje zabilježena je u djelu privatne kolekcije, pri čemu je diskutabilno bi li takvo djelo moglo biti otkupljeno od strane MSU-a koji je financiran od novostvorene države koja je stvorena nakon Domovinskog rata, jedan od ratova koje autor ismijava. Pri tome se naglašava umjetnički postupak kao utjecajna kritika u društvu budući da „proces stvaranja, cijenjenja i izlaganja umjetnosti u vrsti institucija koje nazivamo muzeji samo po sebi je intenzivni politički proces.“<sup>139</sup>

U usporedbi s kolekcijom Muzeja suvremene umjetnosti, kustosica Žanko<sup>140</sup> odbacuje medijski inauguiranu temu o konkurenciji Laube i MSU-a navodeći kako dvije institucije imaju zapravo posve drukčiji opus. Mladi autori zastupljeni u kolekciji *Filip Trade* u Muzeju suvremene umjetnosti prisutni su samo tijekom natječaja za nagrade kao što su T-HT NAGRADA tvrtke T-Hrvatski Telekom koja je 2007. godine potpisala Ugovor o sponzorstvu MSU-a vrijedan 2 milijuna kuna. Prema sporazumu nagrađeni radovi na natječaju bit će

<sup>136</sup> PATRICIA KIŠ: „Tomislav Kličko: Krenuo od nule, obogatio se na pastama za zube, a onda se opsesivno zaljubio u hrvatske slikare“, u: *Jutarnji list*, 3.2.2011. <http://www.jutarnji.hr/tomislav-klicko--krenuo-od-nule--obogatio-se-na-pastama-za-zube--a-onda-se-opsesivno-zaljubio-u-hrvatske-slikare/922585/> [2.8.2013.]

<sup>137</sup> usp. PEGGY GUGGENHEIM: *Out of this Century: Confessions of an Art Addict*, (London: André Deutsch Ltd, 1979.), 315-316.

<sup>138</sup> prijevod: *Tko je naručio pivo?*

<sup>139</sup> IVAN KARP, FRED WILSON, Constructing the spectacle of culture in museums, u: *Thinking About Exhibitions*, ur. Reesa Greenberg, Bruce W. Ferguson, Sandy Nairne (London: Routledge, 2005.), 260.

<sup>140</sup> Žanko, Vanja. Osobni intervju. 16.07.2013

uvršteni u „T-HT-ovu zbirku suvremenih umjetnina“ te će radovi nakon otkupa ući u fundus Muzeja.<sup>141</sup>

Zbog privatnog oblika poslovanja, *Lauba* također ima fleksibilniji pristup pri otkrivanju mladih umjetnika budući da izbor koji će se naći u kolekciji predstavlja vlasnikov ukus, a ne dogovor stručnjaka o vrijednosti određenog djela. S jedne strane, privatni karakter organizacije otvara mogućnost veće kritike u društvu budući da kolekcija nije ovisna o državnoj potpori, no s druge strane zbog nedostatka stručnog konsenzusa oko valorizacije, postupak kupnje lako može skrenuti u sferu proizvoljnog stvaranja kanona suvremene umjetnosti.

Ipak, koliko značajnu ulogu privatna kolekcija igra u suvremenoj umjetnosti, može se utvrditi iz dvogodišnjeg rada *Laube* koja je već uspjela etablirati mnoge umjetnike mlađe generacije. Jedan od najuspješnijih primjera svakako je mladi umjetnik Zlatan Vehabović čija je izložba *Sweeping Confetti From the Hole of Concrete Hole*<sup>142</sup> (slika 12) bila prva samostalna izložba organizirana u *Laubi*.

Bitna razlika između dviju navedenih institucija nalazi se u načinu okupljanja mlađe generacije publike koja predstavlja jedan od pokretača razvoja institucije. Kao što je već navedeno, tromjesečnim programom edukacije i mogućnošću stažiranja mladih u *Laubi*, u dugoročnom planu stvara se velika koncentracija publike koja je dobro upoznata s radovima i autorima u kolekciji. U Muzeju suvremene umjetnosti nudi se pak stažiranje kao stručno osposobljavanje za rad prema Zakonu o poticanju zapošljavanja,<sup>143</sup> no u slučaju *Laube* radi se o znatno većoj brojci ljudi godišnje budući da je stažiranje zamišljeno kao volontiranje. Program *Laube* također nastoji povezati mlade ljude koji dolaze iz različitih područja kako bi doprinijeli kvalitetnijem pristupu određenom projektu te omogućiti daljnju suradnju mladih stvarajući kontakte. Takav pristup karakteristika je suvremenog proglasa za interdisciplinarnost u humanističkim znanostima koji rezultira obuhvatnijim i detaljnijim proučavanjem pojava na suvremenoj umjetničkoj sceni.

---

<sup>141</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici MSU-a: <http://www.msu.hr/#/hr/182/> [1.8.2013.]

<sup>142</sup> Naziv izložbe stihovi su pjesme *I Let Love in* Nicka Cavea and the Bad Seeds

<sup>143</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zakon.hr – pročišćeni tekstovi zakona: <http://www.zakon.hr/z/528/Zakon-o-poticanju-zapo%C5%A1ljavanja> [1.08.2013.]

Zbog privatnog karaktera i potrebe za djelomičnim samofinanciranjem, *Lauba* nudi usluge koje se ne mogu izravno svrstati u domenu umjetnosti kao što je već spomenuto iznajmljivanje prostora za određene „spektakle“ kao što su modne revije ili snimanje editorijala. Iz ekonomskog gledišta, takvi postupci mogu se opravdati potrebom za širokim spektrom izvora financiranja. U Muzeju suvremene umjetnosti koja predstavlja instituciju financiranu iz sredstava državnog proračuna,<sup>144</sup> akcije koje vode u smjeru estradizacije umjetnosti i same institucije ne bi trebale biti podržavane.<sup>145</sup> Kritike na način vođenja Muzeja suvremene umjetnosti te posebice upravljačke politike Snježane Pintarić, „ravnateljice – menadžerice“<sup>146</sup> odnose se na izostanak ključne kritičke točke najvažnije institucije za suvremenu umjetnost koja ne generira kritičko razmišljanje, već paradoksalno primjenjuje komodifikaciju u tržišnoj ekonomiji: „gostujuće 'izložbe'“ raznih korporacija automobilske industrije, modne revije, ali i privatne rođendanske zabave, ukazuju na slijepo forsiranje korporacijskog mecenatstva, kao i na nesposobnost MSU-a da generira program koji bi kritički promišljao društveno-političke okolnosti u kojima djeluje. Ova tvrdnja, barem što se tiče velike retrospektivne izložbe Vojina Bakića u MSU-u, vrijedi i za ono što se naziva kulturnim izložbenim ili, riječima ravnateljice, 'osnovnim biznisom' Muzeja.“<sup>147</sup>

Hanaček u snažnoj „eventizaciji“ muzejske djelatnosti prepoznaje izostanak kritičkog govora koji bi se upravo odnosio na otpor prema trendu komercijalizacije kulturnih institucija pri čemu također doprinosi grad Zagreb koji ne donosi dugoročne promišljene planove za kulturnu djelatnost.

Leonida Kovač također napominje izostanak uloge kritičkog generatora MSU-a kao institucije na čijem je čelu ravnateljica Snježana Pintarić: „U dosadašnjih šesnaest godina njezinih ravnateljskih mandata proizvodni kapacitet koji ne ovisi isključivo o novcu i učinak Muzeja nisu se ni najmanje približili kvalitativnim standardima srodnih muzejsko-galerijskih institucija koje djeluju u razvijenim europskim zemljama. Usprkos novoj, tehnički dobro

---

<sup>144</sup> Grad Zagreb vlasnik je MSU-a za koji se izdvaja 20 milijuna kuna godišnje. Podatak je dostupan na: <http://www.slobodnaevropa.org/content/muzej-suvremene-umjetnosti-jedinstven-po-fundusu/24701718.html> [28.2.2014.]

<sup>145</sup> Primjer predstavljanja trofeja FIFA-e, odnosno trofeja Svjetskog nogometnog prvenstva 23.2.2014. Podatak je naveden na službenoj stranici MSU-a: <http://www.msu.hr/#/hr/20199/> [28.2.2014.]

<sup>146</sup> IVANA HANAČEK, „Sinergija komodifikacije i revizionizma“, u: *Le monde diplomatique* – hrvatsko izdanje, 24.3.2014. <http://lemondediplomatique.hr/sinergija-komodifikacije-i-revizionizma/> [28.3.2014.]

<sup>147</sup> HANAČEK (2014), bez paginacije.



opremljenoj zgradi, MSU nije postao okruŹje koje generira kritiĉko, a time i kreativno mišljenje sposobno za stvaranje novih vrijednosti. I to je temeljni razlog zbog kojeg u ovom, kao uostalom i u većini hrvatskih muzeja, nakon sveĉanog otvorenja pojedine izloŹbe do zatvaranja iste nema publike.“<sup>148</sup>

Nerazvijeni i nejasni koncepti postava i izloŹbi koje su praćene apolitiĉnošću pristupa najĉešće su toĉke koje se kritika dotiĉe. MSU kao drŹavna institucija ima odreĊenu ulogu u društvu te bi trebala uvoditi nove naĉine promišljanja koji kritiziraju negativne aspekte suvremenog društva. *Lauba* kao privatna institucija i projekt jednog kolekcionara ne snosi toliku odgovornost prema graĊanima jer je financirana iz drugih već navedenih izvora. Iako sve veći dio prostora *Laube* postaje takoder komercijaliziran, kritike na njezinu „komodifikaciju“ opravdavaju se ĉinjenicom da se radi o privatnoj inicijativi. No utjecaj *Laube* na suvremenoj umjetniĉkoj sceni, na kojoj *Filip Trade* kolekcija promovira nova imena, percipiran je više kao doprinos trenutaĉnoj valorizaciji i promociji suvremene hrvatske umjetnosti, nego kao obveza, funkcija koju treba obnašati Muzej suvremene umjetnosti.

## 6. KORPORATIVNE KOLEKCIJE (POSLOVNO KOLEKCIONARSTVO)

### 6.1. RAZVOJ KORPORATIVNIH KOLEKCIJA

Do velikog povećanja broja korporativnih kolekcija dolazi 60-ih godina u Velikoj Britaniji i SAD-u koje se proširuje na globalnu razinu 80-ih godina. Prvi koji su uspostavili planove investiranja i kupnju djela suvremene umjetnosti bili su kreditni instituti. Motivacija „poslovnog kolekcioniranja“,<sup>149</sup> to jest kupnja umjetniĉkih djela od strane tvrtki, upravo se moŹe naći u diversifikaciji baze,<sup>150</sup> odnosno ponude klijentima. Klijentima obiljeŹenim oznakom HNWI (*High Net Worth Individuals* – Pojedinci visoke neto vrijednosti)<sup>151</sup> ponuĊena je diversifikacija njihova kapitala zbog smanjenja rizika gubitka sveukupnog

---

<sup>148</sup> LEONIDA KOVAĀ, „MSU nije postao okruŹje koje generira kritiĉko mišljenje“, u: *Novosti*, 20.1.2014. <http://www.novosti.com/2014/01/leonida-kovac-msu-nije-postao-okruzje-koje-generira-kriticko-misljenje/> [28.2.2014.]

<sup>149</sup> ZORLONI (2011), 168.

<sup>150</sup> NARDI SPILLER (2005), 82-93.

<sup>151</sup> ZORLONI (2011), 150.

kapitala na tržištu: kapital se tako ulaže u nekretnine, dionice, ali i u suvremenu umjetnost. U takozvanom investicijskom bankarstvu (*investment banking*) važnu ulogu u sugeriranju ulaganja u suvremenu umjetnost ima umjetnički savjetnik (*art advisory*) koji predstavlja filter i preliminarnu sigurnost pri izboru djela za kupnju. Spiller<sup>152</sup> daje profil umjetničkog savjetnika kojeg karakterizira ozbiljnost, iskustvo u terminima povijesno-umjetničkog obrazovanja, ekonomsko-menadžerska sposobnost, razumijevanje odnosa: rizik – investicija, poznavanje problematike restauriranja, osiguranja i transporta. Za razliku od galerista, umjetnički savjetnik zadužen je za šire prikupljanje informacija o trenutnoj umjetničkoj sceni budući da predstavlja banku kao instituciju koja omogućava sigurna investiranja te se na eksperimentiranja s potpuno neafirmiranim umjetnicima ne gleda blagonaklono. Razlog takvoj ponudi od strane banke također je stvaranje slike pred klijentima: banke kao moćne financijske institucije koja ne predstavlja rizik u poslovanju.

Ulazak korporativnih umjetničkih kolekcija u sistem umjetnosti, Zorloni<sup>153</sup> naglašava, uvelike je pridonijelo širenju interesa za suvremenu umjetnost doprinoseći legitimaciji eksplicitnog spajanja umjetnosti kao sistema simboličnih vrijednosti s konkretnijim i produktivnijim ekonomskim i financijskim strukturama.

Među najvećim korporativnim svjetskim kolekcijama svakako treba izdvojiti: *JP Morgan Chase Art Collection*<sup>154</sup> koja datira još od Davida Rockefellera koji 1959. godine počinje s kupnjom umjetničkih radova za program u Chase Manhattan Bank. Vodeći američki poslovni časopis *Forbes*<sup>155</sup> Rockefellera izdvaja kao oca modernog korporativnog kolekcionarstva.

Banke koje su u vlasništvu nekih od najvećih kolekcija umjetnosti u svijetu su: *UBS (Union Bank of Switzerland)*<sup>156</sup> koja u svojoj kolekciji broji više od 35 000 radova moderne i suvremene umjetnosti<sup>157</sup> te *Deutsche Bank*<sup>158</sup> koja pak u svojim 911 agencija u 48 zemalja broji više od 56 000 umjetničkih radova iz 19. stoljeća, razdoblja modernizma i suvremene

---

<sup>152</sup> NARDI SPILLER, SAVI (2010), 56.

<sup>153</sup> ZORLONI (2011), 168.

<sup>154</sup> Usp. JP Morgan Chase Art Collection, <http://www.jpmorgan.com/pages/jpmorgan/about/art> [1.08.2013.]

<sup>155</sup> SAMANTHA SHARF, „The Top Corporate Art Collection“, u: *Forbes*, 8.2.2012. bez paginacije. <http://www.forbes.com/sites/samanthasharf/2012/08/02/jpmorgan-ubs-and-other-big-banks-boast-top-corporate-art-collections/> [1.8.2013.]

<sup>156</sup> Usp. Union Bank of Switzerland, [http://www.ubs.com/microsites/art\\_collection/home/](http://www.ubs.com/microsites/art_collection/home/) [1.8.2013.]

<sup>157</sup> SHARF (2012), bez paginacije.

<sup>158</sup> Usp. Deutsche Bank, [https://www.db.com/csr/en/art\\_and\\_music.html](https://www.db.com/csr/en/art_and_music.html) [1.8.2013.]

umjetnosti.<sup>159</sup> Među ostalim velikim korporativnim kolekcijama svakako treba izdvojiti kolekciju *UniCredit grupe* (talijanska tvrtka za bankarstvo i financijske usluge), *ING grupe* (nizozemska međunarodna korporacija za bankarstvo i finacijske usluge), *Unilever* (englesko-nizozemska tvrtka za robu široke potrošnje), fundacija *Akzo Nobel* (nizozemska međunarodna tvrtke za kemikalije) te fundacija *Generali* (fundacija *Generali grupe*, osiguravajuće tvrtke).

## 6.2. KORPORATIVNE KOLEKCIJE U HRVATSKOJ – PRIMJER *ERSTE & STEIERMÄRKISCHE BANKA* I *ZAGREBAČKA BANKA*

U Hrvatskoj pojedine su banke prepoznale kreativni potencijal suvremene umjetnosti: na ovom mjestu izdvojene su dvije banke koje svojim programima kontinuirano prate umjetničku scenu, dok su još neke banke koje su povremeno imale natječaje pokazale interes, ali nisu nastavile s programom potpore zbog financijskih razloga kao što je primjerice

---

<sup>159</sup> ZORLONI (2011), 173-176.

Hrvatska poštanska banka. Važnost ovakvih inicijativa od strane banaka upravo je povezivanje ekonomske i umjetničke sfere koje predstavljaju jedan od glavnih stupova *kreativne ekonomije*.

*Zagrebačka banka* 2002. godine postala je dio UniCredit banke koja predstavlja jedan od najvećih partnera umjetnosti i kulture u 22 europske zemlje u kojima se nalaze poslovnice UniCredit grupe.<sup>160</sup> Stvaranje zbirke umjetnina koje će se naći u poslovnicama započelo je 70-ih godina, predstavljajući postupak koji postaje uobičajen za institucije kojima je primarno u poslovanju kontakt s ljudima. Cilj je socijalizacija prostora, odnosno stvaranje ugodnog okružja koje bi također postalo reklama uspješnosti tvrtke. Djela tako postaju dio logike poslovanja izlažući se u prostorima tvrtke kako bi se poboljšao osobni odnos tvrtke s klijentima.

Uz sponzorstva *Zagrebačke banke* (Klovićevi dvori – Mato Celestin Medović, 2011., Robert Auer, 2010.; *Zagrebačka banka* u Varaždinu – izložba Vlado Tuđa, 2011; projekt „Jadranski triptih“ Matka Trebotića od 2005. godine; Muzej suvremene umjetnosti - Karim Rashid, 2012.),<sup>161</sup> važno je izdvojiti novu inicijativu u okviru podupiranja suvremene umjetnosti: natječaj „*Galerija@Zaba*“ za izložbu radova mladih umjetnika iz Hrvatske, Crne Gore i Bosne i Hercegovine u poslovnicama banke, potaknut 2011. godine. Pobjednici dvaju natječaja bili su mladi umjetnici neafirmirani na sceni: 2011. - Valentina Supanz, Rene Bachrach Krištofić te 2012. – Valentina Stepan i Hana Dutina.

*Erste & Steiermärkische Banka*, najveća austrijska štedionica, svoj natječaj za mlade umjetnike raspisuje od 2001. godine kada je organizirana prva izložba pod nazivom „Novi fragmenti“. Kako službeno navode: „Tim se nazivom željelo ukazati na fragmente mlade

---

<sup>160</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zagrebačke banke:

[http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba\\_hr/ZabaPublic/drustvena\\_odgovornost/Umjetnost+i+kultura/](http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba_hr/ZabaPublic/drustvena_odgovornost/Umjetnost+i+kultura/) [1.8.2013.]

<sup>161</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Zagrebačke banke:

[http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba\\_hr/zabapublic/drustvena\\_odgovornost/vizualne\\_umjetnosti/](http://www.zaba.hr/home/wps/wcm/connect/zaba_hr/zabapublic/drustvena_odgovornost/vizualne_umjetnosti/) [1.8.2013.]

umjetničke scene koji su navedenim natječajem isplivali na površinu.<sup>162</sup> Nakon stanke od 2002. do 2006. godine, natječaj je objavljivan kontinuirano svake godine te je postao prepoznatljiv znak *Erste & Steiermärkische Banke* u Hrvatskoj. U intervjuu obavljenom s Dariom Gabrićem,<sup>163</sup> direktorom službenih komunikacija *Erste & Steiermärkische Banke*, misija navedene banke objašnjena je kao stvaranje platforme za kulturu na kojoj se na jednom mjestu mogu susresti poduzetnici koji posjećuju banku i umjetnici. Banka prati model izlaganja djela u svojim poslovnicaama kao dio gradnje svojeg publiciteta čiji dio postaje poveznica između mladih umjetnika, to jest kreativnosti, i banke koja u poslovanju prati slične trendove trudeći se istovremeno stvoriti imidž tvrtke koja preuzima društveno odgovornu ulogu.

Natječajem se otkupljuju radovi mladih, još neafirmiranih, umjetnika, pri čemu se pobjedniku dodjeljuje novčana nagrada za najbolji rad. Uz navedenu nagradu, banka sponzorira jednog umjetnika s jednogodišnjom stipendijom.

Godišnje *Erste & Steiermärkische Banka* otkupi 10-15 radova koji su odabrani od stručnog povjerenstva koji se iz godine u godinu izmjenjuje: voditelj Galerije Matice hrvatske Vanja Babić, likovna kritičarka Jutarnjeg lista Patricia Kiš, voditeljica galerijskih prostora Hrvatskog društva likovnih umjetnika Tea Hatadi, akademski slikar Bane Milenković, ravnatelj Strossmayerove galerije Borivoj Popovčak, pomoćnica ravnateljice Muzeja suvremene umjetnosti Nataša Ivančević.

U intervjuu, predstavnik je *Erste & Steiermärkische Banke* naveo kako navedena banka u Hrvatskoj nema razvijeno investicijsko bankarstvo za suvremenu umjetnost. Kolekcija koju banka ima posljedica je natječaja, ali kako navodi Gabrić: „Kolekcija nije cilj, već posljedica, odnosno ne shvaćamo je kao nišu zarade, već kao potporu koju banka pruža.“<sup>164</sup> Putem natječaja također nastoje stvoriti platformu na kojoj mladi umjetnici mogu ostvariti privatne kontakte s poduzetnicima. Promicanje umjetnika odvija se i putem kataloga, objavljenih intervjua u elektronskom biltenu (*newsletteru*) pod nazivom ERSTE SVIJET te putem ERSTE TV kanala. Programi potpore kulture financirani su od strane ERSTE fundacije za opću

---

<sup>162</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Erste & Steiermärkische Banke:

[http://www.erstebank.hr/hr/O\\_nama/Drustveno\\_odgovorno\\_poslovanje/Drustvo\\_i\\_zajednica/Ideja\\_i\\_vizija/Povijest\\_Erste\\_fragmenata](http://www.erstebank.hr/hr/O_nama/Drustveno_odgovorno_poslovanje/Drustvo_i_zajednica/Ideja_i_vizija/Povijest_Erste_fragmenata)[1.8.2013.]

<sup>163</sup> Gabrić, Dario. Osobni intervju. 19.07.2013.

<sup>164</sup> Gabrić, Dario. Osobni intervju. 19.07.2013.

dobrobit društva koja profit od dionica ulaže u razvoj društva u centralnoj i jugoistočnoj Europi.

Iako kolekcija sadrži brojne neafirmirane autore, nekolicina autora ima svoja djela zastupljena u privatnoj *Filip Trade* kolekciji i u korporativnim kolekcijama. Razlika koja se ovdje ističe je da korporativne kolekcije sadrže djela koja su odabrana od stručnih osoba, dok su poneke nagrade dodijeljene putem glasova na društvenim mrežama. Privatna kolekcija stvar je ipak ukusa jednog kolekcionara, iako su poneki umjetnici sugerirani vlasniku kolekcije. Djela u korporativnim kolekcijama moraju se također uklopiti u određene kategorije: tako pri otkupu radova instalacije nisu u potpunosti poželjne zbog nepraktičnosti namijenjenog prostora.

Umjetnici koji se mogu naći u korporativnoj kolekciji *Erste & Steiermärkische Banke* i *Filip Trade* kolekcije su: Kristina Lenard, Ines Matijević, Lala Raščić. Kolekcija „Novih fragmenata“ postaje pak prepoznatljiva u hrvatskoj javnosti koja se u novinarskom diskursu često navodi kao „detektor novih trendova na likovnoj sceni.“<sup>165</sup>

Paralela se može povući s privatnom *Filip Trade* kolekcijom koja u svojoj misiji također ima promicanje novih imena na hrvatskoj suvremenoj sceni, no sličnosti se pak mogu pronaći i u načinu funkcioniranja institucije. *Filip Trade* kolekcija također se može promatrati kroz prizmu publiciteta tvrtke *Filip Trade*. Slika koja je stvorena u javnosti tvrtku ili banku predstavlja kao imućnu instituciju koja je, iz ekonomskog kuta gledanja, u mogućnosti izdvojiti određeni postotak sveukupnog prihoda u marketinške svrhe među kojima je i potpora kulturi. Budući da taj postotak nije visok u odnosu na sveukupni prihod, jasno je da se radi o visokoj dobiti tvrtke jer čak i nizak postotak predodređen za marketing predstavlja veliki novčani iznos.

Poseban naglasak treba se staviti na prostor u kojemu su mladi umjetnici prezentirani javnosti: kao što je već istaknuto, umjetnicima je omogućena platforma na kojoj mogu izložiti svoju kreativnost, no takva mogućnost nije nužno vezana uz kulturnu sferu, odnosno ne predstavlja muzejsku instituciju koja ima određeni horizont očekivanja pri oblikovanju publike. Navedene banke i *Filip Trade* tvrtka prostori su prvenstveno namijenjeni ekonomskoj sferi pri čemu različiti profili klijenata posjećuju tu instituciju. Radovi izloženi u banci nakon natječaja

---

<sup>165</sup> Maja Hrgović, „'Erste fragmenti' detektiraju nove trendove na likovnoj sceni“, u: *Novi list*, 21.4.2013. <http://www.novolist.hr/Kultura/Izlozbe/Erste-fragmenti-detektiraju-nove-trendove-na-likovnoj-sceni> [1.8.2013.]

postavljaju drukčiji zahtjev kuriranja pri čemu se umjetnička djela izlažu u izravnom kontaktu s tržištem. Takav način izlaganja doprinosi publicitetu i u konačnici većoj tržišnoj cijeni radova određenog autora jer umjetnik nije samo prezentiran u tradicionalnim muzejskim okvirima, već predstavlja izravnu potvrdu vrijednosti od strane tržišta gdje se nalaze izvori ponude i potražnje. Djelo izloženo u kolekciji ili u banci svojevrsni je pokazatelj razvijene mreže interesa za djela određenog umjetnika na trenutačnoj sceni. Muzeji suvremene umjetnosti prikazuju pak katalizirani proces pri čemu je potrebna vremenska distanca za valorizaciju djela. Marketinškim rječnikom govoreći, djelo izloženo u privatnoj kolekciji ili banci predstavlja ono što se u marketingu naziva pojmom *teaser*, odnosno *trigger* koji pokreće domino efekt interesa za određenog umjetnika.

## 7. AUKCIJSKE KUĆE

### 7.1. ULOGA AUKCIJSKIH KUĆA

Dossi<sup>166</sup> aukcijskim kućama daje veliku pažnju pri istraživanju tržišta suvremene umjetnosti budući da autorica suvremenu umjetnost na tržištu promatra kroz prizmu investicije banaka, aukcijskih kuća, umjetničkih časopisa i investitora koji igraju bitnu ulogu na današnjem tržištu od trgovaca i galerista. Važni preokret koji je donijela nova forma suvremene umjetnosti mnogi su investitori prepoznali kao novi izvor brze i spekulativne zarade. Dossi ulaganje kapitala u umjetnička djela koja lansiraju aukcijske kuće dijeli na:

1. investicije konzervativnog tipa s malim rizikom: stari majstori i klasici moderne epohe
2. spekulativne investicije s visokom učinkovitošću: suvremena umjetnost<sup>167</sup>

Iako aukcije već postoje od Rimskog Carstva,<sup>168</sup> njihova uloga u suvremenoj umjetnosti stavljena je pod povećalo: budući da je već ustanovljeno kako su kategorije za valoriziranje suvremene umjetnosti nejasne, aukcijske kuće su upravo u toj činjenici pronašle nišu u koju su usmjerile svoj marketinški potencijal i pridonijele velikoj oscilaciji cijena na tržištu suvremene umjetnosti. Aukcijske kuće predstavljaju samo jedan dio polja suvremene umjetnosti, no njihova povezanost i međuovisnost s drugim akterima omogućuje im spekulativne transakcije i prodaje.

Korištene strategije prodaje od strane aukcijskih kuća sastoje se od poticaja diferencijacije ponude umjetnikā, proizvodā, tržišta<sup>169</sup> koji raspodjeljuju investicijski rizik suvremene umjetnosti, kao što je razlika između djela manje riskantnih za ulaganje i onih s visokim rizikom.

Najveće svjetske aukcijske kuće su Sotheby's i Christie's koje dominiraju sveukupnim tržištem umjetnosti. Ostale značajne aukcijske kuće su: kineska *Poly International, China*

---

<sup>166</sup> DOSSI (2009), 119.

<sup>167</sup> DOSSI (2009), 119.

<sup>168</sup> DOSSI (2009), 12.

<sup>169</sup> FEDERICA CODIGNOLA: Global Markets and Contemporary Art u: *SYMPHONYA: Emerging Issues in Management* (Milano: Università degli Studi di Milano – Bicocca, 2006.) bez paginacije.



*Guardian, Beijing Hanhai Art Auction, Philips de Pury & Company, Beijing Council, Beijing Jiuge, Xiling Yinshe, Beijing Highest Auctions.* Na manjim nacionalnim tržištima prisutnije su manje aukcijske kuće kao što je *Kontura*, u Hrvatskoj jedina službena tvrtka s licencom za zakonite poslove trgovine kulturnim dobrima.

Aukcijska kuća *Sotheby's* osnovana je 1774. godine u Londonu koju je 1983. godine kupila američka dioničarska tvrtka te je sjedište premješteno u New York.<sup>170</sup> *Christie's* aukcijska kuća osnovana je 1766. godine te slovi za najstariju aukcijsku kuću koju je osnovao James Christie.<sup>171</sup> Popularnosti aukcijske kuće svakako je doprinijela njezina prodaja grupe *Artémis*, dioničarskoj tvrtci francuskog poduzetnika François Pinaulta. Pinault je također kolekcionar te vlasnik Pinault fundacije čiju je kolekciju smjestio u poznatu Palazzo Grassi u Veneciji. Višestruka uloga kolekcionara koji ima mogućnost upravljati kolekcijom, muzejom te aukcijskom kućom otvara prostor za brojne spekulacije zbog čega su aukcijske kuće bile prozivane u medijima. Neposredna dostupnost brojnih informacija o kretanju trendova na tržištu ukazuje na malverzacije položaja koje imaju izravan učinak na vrednovanje djela suvremene umjetnosti na tržištu.

Povezanost brojnih kolekcionara i aukcijskih kuća svjedoči o nemogućnosti predviđanja uspjeha umjetnika na tržištu. Jedan od najpoznatijih primjera svakako je organizacija izložbe Francesca Clementea u *Whitechapel Art Gallery* u Londonu 1983. godine čiji je povjerenik (*trustee*) upravo kolekcionar Charles Saatchi. Kontroverza koja je popratila izložbu bio je čin Saatchija neposredno prije organizacije izložbe: iskoristivši položaj povjerenika galerije te dobivši unaprijed informacije o namjeri organiziranja izložbe, Saatchi je iste godine kupio 12 djela Francesca Clementea, poučen iskustvom kako promocija i izložbe umjetnika podižu cijenu umjetničkih djela.<sup>172</sup>

Kontroverze kojima su obilježene aukcijske kuće *Sotheby's* i *Christie's* odnose se na skandal iz 2000. godine o namještenom fiksiranju cijena pri novostvorenom kartelu između dvije

---

<sup>170</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Sotheby's aukcijske kuće: <http://www.sothebys.com/en.html> [2.8.2013.]

<sup>171</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Christie's aukcijske kuće <http://www.christies.com/> [2.8.2013.]

<sup>172</sup> EDWARD J. SOZANSKI, A Collector with World Influence: Charles Saatchi and his Gallery, u: *philly.com*, 4.9.1988. [http://articles.philly.com/1988-09-04/news/26233674\\_1\\_charles-saatchi-anselm-kiefer-jonathan-borofsky](http://articles.philly.com/1988-09-04/news/26233674_1_charles-saatchi-anselm-kiefer-jonathan-borofsky) [2.8.2013.]

aukcijske kuće. Dogovor o fiksiranju provizija između dviju aukcijskih kuća otkrila je američka vladina tajna agencija FBI: članovi aukcijske kuće *Christie's* oslobođeni su krivnje budući da su priznali nezakonito djelo, dok je aukcijska kuća *Sotheby's* morala platiti odštetu od 45 milijuna dolara te su njihovi direktori A. Alfred Taubman i Diana Brooks dobili zatvorsku i novčanu kaznu na suđenju.<sup>173</sup>

Aukcijska kuća *Sotheby's* dodatno je optuživana za skandale vezane uz prodavanje ilegalnih starina 1997. godine, neuspješnog naplaćivanja prodanih umjetničkih djela 2003. i 2008. godine te nepoštivanje autorskih prava 2012. godine.

Iz brojnih skandala koje su zaokupile dvije najveće aukcijske kuće izvodi se zaključak o velikom utjecaju koji umjetno stvaraju aukcijske kuće. Louisa Buck, britanska likovna kritičarka i dopisnica o suvremenoj umjetnosti za britanski utjecajni časopis *The Art Newspaper*, u knjizi *Kako kupiti suvremenu umjetnost? Priručnik za kolekcionare*<sup>174</sup> objavljen u suradnji s američkom kolekcionarkom Judith Greer, pruža savjete budućim i trenutačnim kolekcionarima s osvrtom na tržište i njegovo funkcioniranje.

Iako su najveće aukcijske kuće optuživane za zloupotrebu položaja radi postizanja većeg profita, kolekcionari posežu za kupnjom u aukcijskim kućama jer one naglasak stavljanju na pompoznost kupnje te obavljaju marketinšku promidžbu kupca.

Kupnja djela obavlja se preko galerija, neposrednog kontakta s umjetnicima, sajмова umjetnosti, no kupnja preko aukcijskih kuća prema Buck<sup>175</sup> još uvijek je smatrana najdemokratičnijom i najviše transparentnom metodom. Codignola<sup>176</sup> potvrđuje veće zanimanje za kupnju preko aukcijskih kuća budući da se potrošači osjećaju sigurnijima pri takvoj vrsti kupnje uz mogućnost direktnog promatranja, revizije pri čemu se kasnije mogu vratiti vlastitim stručnjacima od povjerenja pri savjetovanju za kupnju djela.

---

<sup>173</sup> ORLEY ASHENFELTER, KATHRYN GRADDY, *Anatomy of the rise and fall of conspiracy of a price-fixing conspiracy: Auctions at Sotheby's and Christie's*. National bureau of economic research: NBER Working Papers, rujana 2009. [http://www.nber.org/papers/w10795.pdf?new\\_window=1](http://www.nber.org/papers/w10795.pdf?new_window=1) [2.8.2013.]

<sup>174</sup> LOUISA BUCK, GREER, *Come comprare l'arte contemporanea: Il manuale dei collezionisti*. Torino, Umberto Allemandi & C., 2008. 140-147.

<sup>175</sup> BUCK, GREER (2008), 142.

<sup>176</sup> CODIGNOLA (2009), 79.

Prednosti aukcijskih kuća koje navodi Buck su: transparentna i demokratska procedura naglašena izdavanjem kataloga kao glavnog sredstva komuniciranja o garantiranju transparentnosti cjelokupnog tržišta, stručnjaci koji su zaposleni u aukcijskim kućama mogu dati bolje savjete kolekcionarima, pri sudjelovanju na aukcijama nije nužna kupnja već se može samo „baciti pogled“, kupci mogu biti sigurni u vrijednost djela zbog činjenice da djelo na aukciji mora biti prepoznato kao vrijedno, aukcije zbog prilagodbe tržištu mogu dati niže ponude u vrijeme ekonomske krize. No Buck navodi i nedostatke kupnje na aukciji: nema doticaja s umjetnikom, kolekcionar se ne pruža širok raspon produkcije pojedinog autora što može pružiti primjerice galerist, djela stavljena na aukciju ne moraju biti najbolja djela autora, komercijalna narav aukcije može zapravo izgledati kao antiteza samoj umjetnosti, ono što se dogodi na aukciji nužno ne mora izgledati kao što se čini, kolekcionari i njihovi agenti koriste različite strategije licitacije koji mogu zbuniti nove kolekcioniste.<sup>177</sup>

## 7.2. AUKCIJSKA KUĆA U HRVATSKOJ

U intervjuu s direktorom jedine aukcijske kuće u Hrvatskoj *Kontura Zdravkom Mihočinecom* i procjeniteljem Nikolom Albanežem,<sup>178</sup> pružen je pregled hrvatskog tržišta umjetnosti koji je obilježen skandalima falsifikata organiziranih od strane „likovne mafije“<sup>179</sup> posebice 90-ih godina 20. stoljeća.

Aukcijska kuća *Kontura* osnovana je 1. listopada 2002. godine kao prva službena tvrtka u Hrvatskoj za organiziranje i vođenje javnih aukcija umjetnina, kao i za posredovanje između prodavatelja i kupaca u kupoprodaji umjetnina i antikviteta. Pod nazivom *Kontura* krije se više međusobno povezanih djelatnosti: magazin *Kontura*, aukcijska kuća, galerija te izdavaštvo.

Po načinu funkcioniranja, aukcijska kuća preuzela je model aukcijske kuće *Sotheby's* pa je tako kupac dužan uz „postignutu cijenu“, platiti *Konturi* i „kupčevu proviziju“ u iznosu od

---

<sup>177</sup> BUCK, GREER (2008), 142-146.

<sup>178</sup> Mihočinec, Zdravko i Albanež, Nikola. Osobni intervju. (19.07.2013.)

<sup>179</sup> NINA OŽGOVIĆ, Kolekcionari između falsifikata i originala: Milijunske tajne trgovaca umjetnina, u: *Nacional* (593), 27.3.2007. <http://www.nacional.hr/clanak/32820/milijunske-tajne-trgovaca-umjetnina> [2.8.2013.]

20% postignute cijene na iznose do 20 000 kuna, 15% na iznose od 20 000 do 100 000 kuna, te 10% na iznose preko 100 000 kuna.<sup>180</sup>

Aukcijska kuća *Kontura* godišnje organizira 4 aukcije: Proljetna u ožujku, Ljetna u lipnju, Jesenska u listopadu i Zimska u prosincu na lokacijama: Atrij muzeja Mimara, Zagrebački Velesajam i Galerija Kontura te povremeno izvanredne aukcije i u drugim hrvatskim gradovima.

U razgovoru, direktor Mihočinec i procjenitelj Albaneže naveli su kako je aukcijska kuća svedena na nacionalno tržište: hrvatski umjetnici najviše su zastupljeni na aukcijama budući da je njihova potražnja najveća. Na još nedovoljno razvijenom hrvatskom tržištu, kolekcionari najviše posežu za modernistima pri čemu najviše kotiraju slikari: Vlaho Bukovac, Miroslav Kraljević, Josip Račić, Vladimir Becić, Emanuel Vidović i Celestin Medović, no upravo od navedenih autora najviše se falsifikata može pronaći na tržištu. Direktor Mihočinec<sup>181</sup> također je naglasio kako se trenutačno kod kolekcionara u Hrvatskoj javlja trend zanimanja za šezdesete: Nove tendencije, EXAT 51 pri čemu se posebice traže: Ivan Picelj, Aleksandar Srnec, Mangelos i Julije Knifer.

Tijekom razgovora o suvremenoj umjetnosti na aukcijama u Hrvatskoj i kotiranju njihovih radova, voditelji aukcijske kuće izrazili su mišljenje kako mlađi umjetnici svoju afirmaciju traže putem časopisa i izložbi, dok su manje zastupljeni pri aukcijama. U neformalnom tonu, voditelji su naglasili kako se tržište umjetnosti u aukciji u Hrvatskoj može opisati jednostavnom formulom: „100 mrtvaca + 10 mladih“.<sup>182</sup>

Na aukcijama kuće *Kontura* u 2012. i 2013. godini najviše su zastupljeni slikari i kipari 20. stoljeća, dok je manji dio posvećen suvremenoj umjetnosti. Primjer zimske aukcije 2012. godine prikazuje sličan poredak pri svakoj aukciji: 100-ak autora na ponuđenoj aukciji predstavljaju vremenski period od sredine 19. stoljeća do 1950-ih, dok 30-ak autora predstavljaju generaciju nakon 1950-ih. No treba napomenuti da su vremenske odrednice suvremene umjetnosti i u hrvatskoj sredini zamućene te se početci postmodernizma, kompleksnog termina pri dataciji bilo u hrvatskoj ili međunarodnoj periodizaciji, smještaju u

---

<sup>180</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Konture: Uvjeti poslovanja: <http://www.kontura.com.hr/default.asp?ru=205&sid=&jezik=1> [2.8.2013.]

<sup>181</sup> Mihočinec, Zdravko i Albaneže, Nikola. Osobni intervju. (19.07.2013.)

<sup>182</sup> Mihočinec, Zdravko i Albaneže, Nikola. Osobni intervju. (19.07.2013.)

80-e godine: pojavom „Nove slike“,<sup>183</sup> tendencija „povratka slici“<sup>184</sup>, kiparstvo kao „Druga skulptura“ povodom izložbe 1981. godine.<sup>185</sup>

Nedovoljno definirana suvremena umjetnost u Hrvatskoj također je tema zbirke eseja objavljene pod nazivom *K15 Pojmovnik nove hrvatske umjetnosti*<sup>186</sup> čiji je urednik Krešimir Purgar. Hrvatska suvremena umjetnost u knjizi se referira na umjetnost u zadnjih 15-ak godina.<sup>187</sup>

Nedovoljno definirane vrijednosne kategorije udaljuju kolekcionare od kupnje suvremene umjetnosti budući da se takva investicija prikazuje riskantnom. Još uvijek nedovoljno afirmirani umjetnici, iako s cijenama radova znatno nižim od takozvanih „klasika hrvatske umjetnosti“, nemaju pozicionirano mjesto u hrvatskoj povijesti umjetnosti te će se investicija u kupnju njihovih djela temeljiti na predviđanjima o njihovoj karijeri.

O stanju hrvatskog tržišta, kolekcionar Tomislav Kličko izjavljuje kako tržište uvijek postoji, ali je „problem što u Hrvatskoj nema potražnje“.<sup>188</sup> Kolekcionar povlači paralelu između klasika hrvatske umjetnosti i suvremene umjetnosti pri čemu su „stari majstori, takozvani mrtvaci“,<sup>189</sup> najtraženiji na tržištu dok je potražnja za suvremenom umjetnošću slabija. Kolekcionar u tome vidi priliku za povoljniju kupnju djela mlađih autora: „Imali smo sreću da smo vrijednost suvremene umjetnosti prepoznali prije ostalih. To je jedan od glavnih razloga kvalitete ove zbirke.“<sup>190</sup>

Problematičnost prodaje i kupnje suvremene umjetnosti krije se i u manjku ponude na tržištu te prema Kličku: „ljudi ne prodaju puno pa nemaju pravi orijentir o cijenama“.<sup>191</sup> Mlađi

---

<sup>183</sup> ZVONKO MAKOVIĆ, „Nova slika, hrvatsko slikarstvo osamdesetih godina“, u: *Život umjetnosti* (33-34). Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1982. 7-21.

<sup>184</sup> TONKO MAROEVIĆ, „Umjetnost danas“, u: *Život umjetnosti* (58). Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1996. 8-16.

<sup>185</sup> ŽELIMIR KOŠČEVIĆ, „Kiparstvo u Hrvatskoj 1950-1990“, u: *Život umjetnosti* (56-57), Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1995. 4-10.

<sup>186</sup> KREŠIMIR PURGAR (ur.), *K15 Pojmovnik nove hrvatske umjetnosti*, Zagreb: Kontura Art magazin, 2007. Uvod.

<sup>187</sup> Knjiga je objavljena 2007. godine

<sup>188</sup> NINA OŽGOVIĆ, „Najveći kolekcionar suvremene umjetnosti: Suvremeni slikari su jeftini jer kod nas svi kupuju mrtvace“, u: *Nacional* (446), 1.6.2004. <http://www.nacional.hr/clanak/13828/suvremeni-slikari-su-jeftini-jer-kod-nas-svi-kupuju-mrtvace> [2.8.2013.]

<sup>189</sup> OŽGOVIĆ (2013), bez paginacije.

<sup>190</sup> OŽGOVIĆ (2013), bez paginacije.

<sup>191</sup> OŽGOVIĆ (2013), bez paginacije.

umjetnici u Hrvatskoj dodatno, smatra Kličko, ne žive samo od umjetnosti već i od pomoćnih poslova te se kao posljedica javlja da ne žele prodati djelo za nižu cijenu jer im to nije nužno.

Upravo suprotan efekt javlja se na međunarodnom tržištu na kojemu cijene mlađih umjetnika doživljavaju rekordne cijene kao produkt suradnje aukcijskih kuća, privatnih kolekcionara, financijera, investitora, galerija, muzeja, trgovaca umjetnina i medija. Prvi put u povijesti 2005. godine ukupni utržak aukcijskih kuća bio je veći od ukupne prodaje impresionizma i klasika moderne epohe pri čemu rast cijena godišnje iznosi 16%.<sup>192</sup>

Trend rasta kretao se od 2002. godine do 2008/9. godine kada je i visoko spekulativni sektor umjetnosti potresla financijska kriza. Prema izvještaju vodeće francuske tvrtke Artprice, međunarodne vodeće tvrtke specijalizirane za kotacije umjetnosti, trgovanje suvremenom umjetnošću u 2008. i 2009. godini palo je na -43%, dok su se od 2010. godine indikatori cijena naglo oporavili predstavljajući godišnji porast prodaje za +8% u 2010. te +23% u 2011. godini.<sup>193</sup>

## 8.PRIVATNA INICIJATIVA U KONTEKSTU STVARANJA KULTURNOG DISTRIKTA I KREATIVNE EKONOMIJE

Otvorenje *Laube – kuće za ljude i umjetnost* otvorilo je diskusiju vezanu uz poticanje privatne inicijative financiranja kulturnih projekata i sudjelovanje države na razini povlastica koje bi omogućile daljnje razvijanje sličnih projekata i stvaranja dinamike kapitala u državnoj i međunarodnoj ekonomiji. *Život umjetnosti*, časopis za suvremena likovna zbivanja, broj 87 posvećuje temi: „Aktivacije – mapiranje naseljavanja napuštenih prostora u javne svrhe“. Istraživanje<sup>194</sup> obuhvaća napuštene prostore industrijske arhitekture diljem Hrvatske među kojima se našla i jahaonica iz 1910. godine, odnosno kasniji kompleks Tekstilni kombinat

---

<sup>192</sup> DOSSI (2009), 10

<sup>193</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Artprice-a: <http://imgpublic.artprice.com/pdf/artprice-contemporary-2011-2012-en.pdf> [2.8.2013.]

<sup>194</sup> Istraživanje su proveli: Dafne Berc, Maroje Mrduljaš, Dea Vidović, Miranda Veljačić, [BLOK] – Ivana Hanaček, Ana Kutleša, Marijana Rimanić, Vesna Vuković: „Aktivacije – mapiranje naseljavanja napuštenih prostora u javne svrhe“ u: *Život umjetnosti* (87), Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 2010. 88-119.

Zagreb. Autori u časopisu navodeći zanemarene objekte industrijske baštine daju kratki pregled građevine u 3 kategorije: izvorna namjena, trajanje, program te arhitektonski prijedlozi. Za buduću *Laubu – kuću za ljude i umjetnost*, autori ističu njezin poseban status pod zaštitom Gradskog zavoda za zaštitu spomenika kulture i prirode te njezino povremeno djelovanje od 2004. do 2006. kada se u tadašnjem spremištu organiziraju povremeni događaji: izložba Lovre Artukovića u organizaciji tvrtke *Filip Trade* (29.5. – 12.6.2004.) te intermedijalni projekt pod nazivom *Izloženost virusu i modi* Silvija Vujičića u suradnji s Cazzo Films Berlin u okviru Queer festivala (29.4.2006.).

Tjednik *Nacional*<sup>195</sup> upravo naglašava važnost ovog projekta koji je nakon muzeja Marton, prvog privatnog muzeja u Hrvatskoj otvorenog 2003. godine, prvi privatni izlagalački prostor u Hrvatskoj.

No perspektiva iz koje se treba proučavati fenomen *Laube* kao prve velike inicijative za pokretanje suvremene umjetničke scene u Hrvatskoj treba obuhvaćati cjelokupni kontekst smještaja same građevine. Naime, zgrada *Laube* dio je velikog projekta revitalizacije zapadnog dijela grada Zagreba koji je tijekom razvoja grada predstavljao njegov industrijski dio. Projekt pod nazivom „Centar Črnomerec“ (slika 13) obuhvaća stambeno-poslovni projekt koji će se prostirati na parceli od 45 tisuća četvornih metara koji će uključivati: 600 stanova, dominirajući neboder, dvije poslovne zgrade te hotel za umirovljenike. Voditelj projekta je tvrtka *Niva inženjering* u vlasništvu Nikice Valentića, bivšeg premijera Republike Hrvatske u suradnji s manjinskim partnerom IGH Jure Radića. Kompleks TKZ-a otkupljen je od tvrtke *Filip Trade*, odnosno od kolekcionara Tomislava Klička. Iako se u javnosti navodilo<sup>196</sup> kako je ovo jedna od trenutačno najvećih investicija u Hrvatskoj, projekt je stao budući da su se obje spomenute tvrtke našle u kriznoj situaciji s predstečajnom nagodbom.<sup>197</sup>

---

<sup>195</sup> OŽEGOVIĆ (2011), bez paginacije.

<sup>196</sup> Usp. Redakcija Business.hr: „Valentić na Črnomercu gradi apartmane za umirovljenike“, u: *Business.hr*, 11.4.2010. <http://www.business.hr/hr/Naslovnica/Nekretnine/Valentic-na-Crnomercu-gradi-apartmane-za-umirovljenike>, [2.8.2013.], Tportal, Črnomerec centar: Valentić i Radić grade prvih 200 stanova, 24.8.2010. <http://www.tportal.hr/biznis/novaciulaganje/83063/Valentic-i-Radic-grade-prvih-200-stanova.html> [2.8.2013.]

<sup>197</sup> ANTE MILKOVIĆ, „Ispovijest najuspješnijeg hrvatskog premijera: Nikica Valetnić: Prijeti mi propast“, u: *Globus*, 3.10.2012. <http://globus.jutarnji.hr/hrvatska/nikica-valentic--prijeti-mi-propast> [2.8.2013.], Ratko Bošković, „Predstečaj nad moćnim građevinarom: Institut IGH u dugu od 1,7 milijardi kuna, kobni projekt Črnomerec centar, 12.6.2013. <http://www.jutarnji.hr/institut-igh-u-dugu-od-1-7-milijardi-kuna--kobni-projekt-crnomerec-centar-/1108169/> [2.8.2013.]

No zamišljeni projekt u izvedbi trebao je upriličiti novi način poimanja prostora u terminima kreativne ekonomije. Santagata u knjizi *Tvornica kulture*<sup>198</sup> pojašnjuje termin *kulturnog distrikta* referirajući se na Marshallov<sup>199</sup> termin „industrijskog distrikta“ u kojem, akumulirajući agente koji sudjeluju u industriji na jednom mjestu, dolazi do poboljšanja kvalitete i kvantitete rada zbog slobodnog prijenosa informacija, ideja, tehničkih inovacija, smanjenja troškova, stvaranja stabilnog tržišta.

*Kulturni distrikt*, kao nova pojava<sup>200</sup> prepoznata od strane vlada mnogih država kao jedan od pokretača ekonomije, spaja kreativnost i intelektualno vlasništvo na jednome mjestu. Santagata tako razlikuje 4 tipologije kulturnih distrikta: industrijski, institucionalni, muzejski i metropolitanski *kulturni distrikt*.

Savi<sup>201</sup> ističe kako *kulturni distrikti* kao nove politike razvoja predstavljaju model koji spaja već prisutne strukture s novim modelima ekonomskog razvoja.

Santagata posebnu pažnju posvećuje ulozi *kulturnih distrikta* u tržištu suvremene umjetnosti kao jednom od najkompetitivnijih kreativnih sektora. Veliki dio sektora suvremene umjetnosti upravo predstavlja privatno poduzetništvo te investiranje u suvremenu umjetnost vodi u dvosmjernu ulicu: investiranje u odnosni kapital, to jest širenje poznanstava te estetsko-kreativni kapital. Kao najuspješniji primjer *kulturnog distrikta* Walter Santagata izdvaja slučaj Dashanzi *kulturnog distrikta* u Pekingu,<sup>202</sup> nazivanog također Factory 798 prema vojnoj tvornici koja je bila jedna od niza tvornica izgrađenih 1951. godine u sklopu projekta vojno-industrijske suradnje Sovjetskog Saveza i Kine. Tvornice su obustavile rad kasnih 80-ih i početkom 90-ih te njihov prostor počinju zauzimati umjetnici koristeći ih kao svoje atelijere. Umjetničko „naseljavanje“ prostora popraćeno je preseljavanjem događaja u velike napuštene tvornice te se tu počinju održavati velike izložbe kao što *Beijing Tokyo Art Projects*, 798

---

<sup>198</sup> SANTAGATA (2007), 57-75.

<sup>199</sup> ALFRED MARSHALL, *Principi di economia*. Torino: UTET, 1972.

<sup>200</sup> Među ekonomiste koji su jedan dio svog istraživanja posvetili ovoj pojavi svakako treba izdvojiti Richarda Floridu koji uvodi termin kreativne klase. Kreativna klasa sastoji se od dva dijela: 1) superkreativne jezgre koju tvore osobe čija je zadaća stvarati ideje, nove tehnologije te nove kreativne sadržaje (pisci, sveučilišni profesori, znanstvenici, inženjeri, umjetnici, arhitekti) te 2) kreativnih profesionalaca koje predstavljaju osobe angažirane oko rješavanja kompleksnijih problema: visoke tehnologije (high-tech), financijske usluge, pravna struka, menadžment. Florida također uvodi indeks kreativnosti kojim mjeri kreativni potencijal jedne regije. Indeks kreativnost uključuje odnos kreativne klase i ukupne radne snage, inovacije (broj patenata po stanovniku), industrija visoke tehnologije, raznovrsnost (Gay indeks). Pri mjerenju indeksom, američki se ekonomist također koristi takozvanim modelom 3T pri čemu se mjeri određeni potencijal talenta, tehnologije i tolerancije u određenoj sredini. Usp. RICHARD FLORIDA, *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge, 2005.

<sup>201</sup> NARDI SPILLER, SAVI (2010), 131.

<sup>202</sup> SANTAGATA (2007), 107.



*Space Gallery, Beijing Biennale*. Fenomen koji prati prenamjenu industrijske arhitekture, ali i cijele četvrti, poznat je pod nazivom gentrifikacija:<sup>203</sup> proces obnove i izgradnje koji prati priljev srednje klase i bogatih ljudi često istiskujući siromašnije stanovnike iz tih, prije nepopularnih područja za život.

Zapadni dio Zagreba u kojemu je bio smješten veći dio industrijskog pogona grada projektom Nikice Valentića donosi revitalizaciju, ali i vjerojatnu gentrifikaciju ovoga područja. Tvrtka *Filip Trade*, prepoznavši potencijal koji će područje ponuditi za nekoliko godina, odlučila se također za teritorijalnu strategiju. Suvremena umjetnost na taj način postaje dio šireg poslovnog projekta pri čemu ona mora predstavljati jedan od generatora takozvane kreativne ekonomije. Područje na kojem će se na jednom mjestu spojiti poslovne strukture, stambeni objekti i umjetničke institucije postaje *kulturni distrikt* u kojemu međusobna suradnja proizvodi dinamiku prostora uvodeći time kapital koji postaje nužan za neprestano generiranje i financiranje umjetničkih projekata.

## ZAKLJUČAK

Privatna kolekcija u suvremenoj umjetnosti postaje dio spekulativnog tržišta na kojemu sudjeluju brojni akteri koji su međusobno ovisni. Kolekcionar se ne predstavlja više samo kao mecena, već strategije poduzetništva stvaraju nove tipove kolekcionara poput investitora, kolekcionara spekulatora te korporacijskih kolekcionara.

---

<sup>203</sup> Podatak je naveden na službenoj stranici Merriam-Webster Dictionary: An Encyclopedia Britannica Company, <http://www.merriam-webster.com/dictionary/gentrification> [3.8.2013]

Oscilacije na tržištu umjetnosti prate promjene na geopolitičkom ekonomskom području što ukazuje na čvrstu vezu poduzetništva i umjetnosti. Takozvani superkolekcionari svoje kolekcije predstavljaju u fondacijama ili neprofitnim organizacijama kojima država pruža porezne olakšice. Pitanje koje ovaj rad želi postaviti je u kolikoj mjeri državna politika treba sudjelovati u promicanju umjetnosti u kolekcijama koja predstavlja ukus manjine. Međunarodnim i hrvatskim primjerima ustanovljeno je kako su državne institucije tromе i bez dovoljnog budžeta da bi bile u stanju pratiti brze izmjene tendencija na umjetničkoj sceni. S druge pak strane korporacije i investitori iskorištavaju tu manu organizirajući natječaje za otkup djela te time koristeći umjetnost kao način promidžbe svoje tvrtke. Aukcijske kuće u „polju kulturne produkcije“ doprinose spekulativnoj naravi tržišta predstavljajući umjetnost kroz prizmu ekskluzivnih rekorda cijena.

No privatne inicijative, budući da ne ovise o državnom budžetu, moraju pronaći vlastite strategije financiranja te prisvajaju brojne novosti iz ekonomske perspektive. Na primjeru *Laube – kuće za ljude i umjetnost* koja udomljava kolekciju *Filip Trade* vlasnika Tomislava Klička prikazano je prisvajanje strategija koje uključuju spoj privatnog poduzetništva i umjetnosti. Renoviranjem zgrade bivše jahaonice Konjaničke austrougarske vojske, *Lauba* je pretvorena u prostor u kojemu su smješteni uredi tvrtke *Filip Trade* u interpoliranom kubusu i izlagalački dio. Neprekidnim održavanjem programa i širokim mogućnostima sudjelovanja posjetitelja i posebnih članova neprofitne organizacije, *Lauba* se uspjela etablirati kao prepoznatljiv *brand* suvremene umjetnosti u hrvatskoj sredini u kojoj je na aukcijama još uvijek ponuđeno 90% djela do 1950. godine.

No privatne inicijative mogu se promatrati kroz prizmu različitih aspekata: inicijativa na polju suvremene umjetnosti može se tako promatrati kao dio „kreativne ekonomije“ koja postaje generator promjena u politici jedne države, ali se njezin status u globaliziranom svijetu u kojem vladaju korporacije može ispitati i u drukčijem svjetlu. Neprestano ponavljanje u tekstovima i knjigama o suvremenoj umjetnosti o nedostatku kategorija za opis i vrednovanje „trenutne“ umjetnosti zapravo je posljedica prisvajanja komercijalnog sustava pod domenu umjetnosti. Financiranje takvih privatnih inicijativa od strane državne politike predstavlja dvosjekli mač: privatne inicijative doprinose stvaranju dinamike tržišta, ali istovremeno sve je veći porast „spekulativnih mjehurića“ na tržištu suvremene umjetnosti. Kontradiktorne pozicije položaja kao što su aukcijska kuća ili kolekcionari spekulatori, koji istovremeno ustanovljuju vrijednosni sustav umjetnosti i cijenu umjetničkog djela od kojeg uzimaju proviziju, dovodi do urušavanja bilo kakve objektivne kategorizacije suvremene umjetnosti.

## SAŽETAK

Ekonomija i politika globaliziranog svijeta utjecale su na oblikovanje novog tipa kolekcionarstva umjetnosti pri čemu spekulativne dimenzije tržišta sudjeluju u vrednovanju umjetničkog djela. Kolekcionarstvo suvremene umjetnosti postaje meta kolekcionara kao mecene, ali i kolekcionara-investitora i korporacijskih agenata koji umjetnost vide kao izraz reklamiranja i brzo isplativog profita. Rad istodobno propituje filozofske koncepte kolekcionarstva kao i komercijalnu stranu skupljanja suvremene umjetnosti iz kuta privatnih investitora i ekonomskih stručnjaka koji suvremenu umjetnost promatraju kao jednu od snažnih grana novog koncepta „kreativne ekonomije“.

Međunarodno tržište umjetnosti obilježeno je brojnim turbulencijama budući da ekonomski prevrati imaju direktan utjecaj na stanje cijena na tržištu. Prepoznat potencijal kreativne ekonomije postaje dio državnih politika koji zakonima o neprofitnim udrugama, fondacijama, poreznim olakšicama omogućavaju brži razvoj privatnih inicijativa.

Kao primjer privatne inicijative u Hrvatskoj odabrana je *Lauba – kuća za ljude i umjetnost* koja udomi *Filip Trade* kolekciju vlasnika Tomislava Klička, najveću kolekciju suvremene umjetnosti u Hrvatskoj. Organizirana kao neprofitna udruga, *Lauba* je svojim programom nastojala uvesti nove principe privatne inicijative na tržištu nudeći model samofinanciranja i suradnje s poduzetničkim strukturama. Nova točka suvremene umjetnosti *Lauba* je restaurirana zgrada bivšeg kompleksa Konjaničke vojarne austrougarske vojske otkupljenog za potrebe gradnje novog stambeno-poslovnog projekta „centra Črnomerec“ koji za cilj ima revitalizaciju zapadnog dijela Zagreba. Kao njezin organski dio, *Lauba* ima funkciju stvaranja *kulturnog distrikta* koji bi na jednom mjestu ostvario sinergiju poduzetničkih i kreativnih potencijala.

Korporativne kolekcije u Hrvatskoj dio su programa tvrtki i banaka za financiranje projekata za društvenu dobrobit. Najaktivnije su na području financiranja suvremene umjetnosti *Erste & Steiermärkische Banka* i *Zagrebačka banka* koje radove otkupljuju putem natječaja: *ERSTE Novi fragmenti* i *Galerija@Zaba*. Istraživanjem se također uvidio tromi status državne kolekcije koja svojom organizacijom ne može pratiti brze izmjene na sceni suvremene umjetnosti pri čemu je njezin autoritet pri vrednovanju i kanoniziranju umjetnosti postao upitan u karici brojnih agenata koji tvore polje umjetnosti. Razlika između aktera koji se bave umjetničkim radom i onih koji se bave poslovnom dimenzijom postala je zamagljena na umjetničkoj sceni. Aukcijske kuće imaju utjecaj na određivanje cijene djela više nego ikad

prije pokazujući kontradiktornu narav istovremenog vrednovanja umjetnosti povijesnoumjetničkim i financijskim kategorijama koje ne moraju biti u suglasnosti.

Kao slabe točke suvremene umjetnosti navode se komercijaliziranost i izmicanje jasnom definiranju vrijednosnih kategorija u čemu brojni agenti: kolekcionari-investitori, korporacije, aukcijske kuće, trgovci umjetninama vide nišu za ostvarivanje financijski motiviranih ciljeva.

Ključne riječi: suvremena umjetnost, kolekcionarstvo, privatna kolekcija, državna kolekcija, korporativne kolekcije, *Lauba – kuća za ljude i umjetnost*, *Filip Trade* kolekcija, Tomislav Kličko, aukcijska kuća, kreativna ekonomija

## ILUSTRACIJE

**Slika 1.** Najviše aukcijske cijene suvremenih umjetnika u mediju slikarstva, razdoblje: 1.7.2011. – 30.6.2012. Izvor: ARTPRICE <http://imgpublic.artprice.com/pdf/artprice-contemporary-2011-2012-en.pdf> [2.8.2013.]

New Auction Records for Contemporary Artists - Painting Top 10 Hammer Prices (01 July 2011/30 June 2012)				
Rank	Artist	New Auction Record	Previous Auction Record	Country of Origin
1	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€14,312,900	€9,600,500	UNITED-STATES
2	BROWN Glenn (1966)	€5,725,160	€1,543,499	UNITED-KINGDOM
3	WOOL Christopher (1955)	€5,189,550	€3,408,680	UNITED-STATES
4	YANG Feiyun (1954)	€3,825,000	€1,075,000	CHINA
5	ZHOU Chunya (1955)	€3,074,000	€913,750	CHINA
6	ZHAO Bandi (1966)	€3,052,800	€517,500	CHINA
7	GROTJAHN Mark (1968)	€1,382,040	€948,240	UNITED-STATES
8	LIU Wei (1965)	€1,158,240	€1,086,480	CHINA
9	LONG Liyou (1958)	€1,005,600	€215,204	CHINA
10	XU Jiang (1955)	€920,550	€242,732	CHINA

**Slika 2.** Najviše aukcijske cijene suvremenih umjetnika prodanih u Europi, , razdoblje: 1.7.2011. – 30.6.2012. Izvor: ARTPRICE <http://imgpublic.artprice.com/pdf/artprice-contemporary-2011-2012-en.pdf> [2.8.2013.]

**Contemporary Artists sold in Europe  
Top 10 Hammer Prices (01 July 2011 - 30 June 2012)**

Rank	Artist	Hammer Price	Artwork	Sale
1	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 14,312,900	<i>Untitled</i> (1981)	27 June 2012 (Christie's LONDON)
2	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 9,063,950	<i>Irony of Negro Policeman</i> (1981)	28 June 2012 (Phillips de Pury & Company LONDON)
3	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 6,160,770	<i>Warrior</i>	26 June 2012 (Sotheby's LONDON)
4	BROWN Glenn (1966)	€ 5,725,160	<i>The Tragic Conversion of Salvador Dali (After John Martin)</i>	26 June 2012 (Sotheby's LONDON)
5	WOOL Christopher (1955)	€ 5,189,550	<i>Untitled</i> (1990)	14 February 2012 (Christie's LONDON)
6	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 4,299,840	<i>Orange Sports Figure</i> (1982)	15 February 2012 (Sotheby's LONDON)
7	GORMLEY Antony (1950)	€ 3,428,700	<i>Angel of the North</i> (Life-Size Maquette) (1996)	14 October 2011 (Christie's LONDON)
8	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 2,987,040	<i>Saxophone</i>	26 June 2012 (Sotheby's LONDON)
9	KOONS Jeff (1955)	€ 2,862,580	<i>Baroque Egg with Bow</i> (Blue Turquoise) (1994-2008)	27 June 2012 (Christie's LONDON)
10	BASQUIAT Jean-Michel (1960-1988)	€ 2,253,000	<i>Santo</i> (1985)	06 December 2011 (Artcurial (S.V.V.) PARIS)

**Slika 3.** Stanje buduće Laube prije rekonstrukcije, ulazni dio. Siječanj, 2007. Snimila: Vanja Žanko.

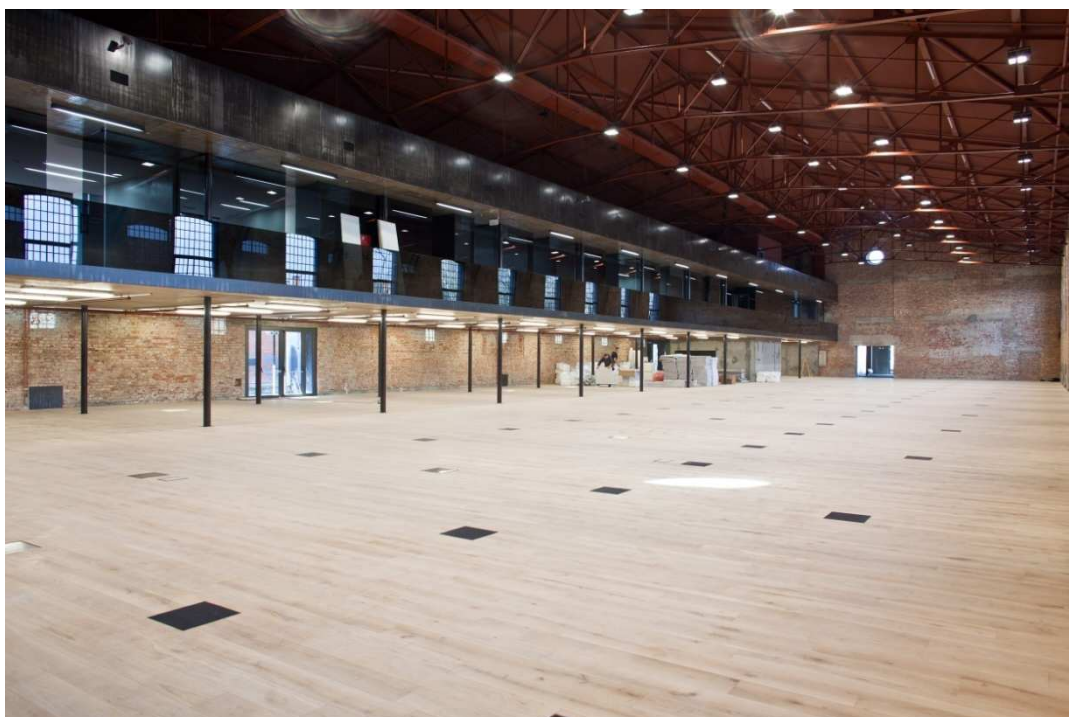


**Slika 4.** Stanje buduće Laube prije rekonstrukcije, južna strana. Snimila: Vanja Žanko: siječanj, 2007.



**Slika 5.** Interpolirani kubus u kojem su smješteni uredi tvrtke Filip Trade. Snimio Damir Žižić.





**Slika 6.** Izložbeni prostor s panelima, dizajn arhitektice Morane Vlahović. Snimio Damir Žižić.



**Slika 7.** Obojano pročelje Laube – kuće za ljude i umjetnost. Snimio Damir Žižić.



**Slika 8.** Otvorenje Laube – kuće za ljude i umjetnosti. Lipanj, 2011. Snimio Damir Žižić.



**Slika 9.** Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu. Snimio Jasenko Rasol.



**Slika 10.** Dio postava „Projekt i sudbina“, slika Julije Knifer: Meandar u kut, 1961.

Muzej suvremene umjetnosti. Preuzeto s: [http://www.msu.hr/#/hr/stalni\\_postav/](http://www.msu.hr/#/hr/stalni_postav/)



**Slika 11.** Lovro Artuković: Potpisivanje deklaracije o pridruživanju Zapadne Hercegovine i Popovog polja Republici Hrvatskoj (Wer Hat Das Bier Bestellt?, 2008. Preuzeto s: [http://www.lovro-artukovic.com/hr/glomazne\\_slike.html](http://www.lovro-artukovic.com/hr/glomazne_slike.html))





**Slika 12.** Izložba *Sweeping Confetti From the Hole of Concrete Hole* umjetnika Zlatana Vehabovića u Laubi – kući za ljude i umjetnost. Preuzeto s bloga Zlatana

Vehabovića <http://weakersoldier.blogspot.com/2011/10/sweeping-confetti-from-floor-of.html>



**Slika 13.** Projekt „Centar Črnomerec“. Preuzeto s:

[http://crnomereccentar.hr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=107&Itemid=53](http://crnomereccentar.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=107&Itemid=53)

[3.8.20

13.]



## POPIS LITERATURE:

1. BAL, MIEKE. „Telling Objects: A Narrative Perspective on Collecting“, u: *The cultures of Collecting: From Elvis to Antiques – Why do we Collect Things?* (ur.) J. Elsner, R. Cardinal. London: ReaktionBooks, 1994., 97-115.
2. BAUDRILLARD, JEAN. „The System of Collecting“, u: *The cultures of Collecting: From Elvis to Antiques – Why do we Collect Things?* ur. J. Elsner, R. Cardinal. London: ReaktionBooks, 1994., 7-24.
3. BELTING, HANS. *La fine della storia dell'arte o la libertà dell'arte*. Torino: Giulio Einaudi Editore, 1990. [Prijevod djela: *Das Ende der Kunstgeschichte?*, München: Dt. Kunstverlag, prvo izdanje 1983.]
4. BENJAMIN, WALTER; *Illuminations: Essays and Reflections*. (ur.) HANNAH ARENDT. New York: SchockenBooks, 1969. 59-67.
5. BERC, DAFNE; MAROJE MRDULJAŠ, DEA VIDOVIĆ, MIRANDA VELJAČIĆ, [BLOK] – IVANA HANAČEK, ANA KUTLEŠA, MARIJANA RIMANIĆ, VESNA VUKOVIĆ. „Aktivacije – mapiranje naseljavanja napuštenih prostora u javne svrhe“ u: *Život umjetnosti* (87), Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 2010. 88-119.
6. BOURDIEU, PIERRE. *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press, 1993.
7. BUCK, LOUISA; JUDITH GREER. *Come comprare l'arte contemporanea: Il manuale dei collezionisti*. Torino, Umberto Allemandi & C., 2008.
8. CODIGNOLA, FEDERICA. *Prodotto, prezzo e promozione nelle politiche distributive di arte contemporanea*. Torino: G. Giappichelli Editore, 2009.



9. CODIGNOLA, FEDERICA. „Global Markets and Contemporary Art“ u: *SYMPHONY Emerging Issues in Management*. Milano: Università degli Studi di Milano – Bicocca, 2006. bez paginacije.
10. DIVKOVIĆ, MIRKO. *Latinsko – hrvatski rječnik za škole*. Zagreb: Naprijed, 1991., 27.
11. FLORIDA, RICHARD. *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge, 2005.
12. FOGLIO, ANTONIO. *Il marketing dell'arte*. Milano: F.Angeli, 2005., 23.
13. FOUCAULT, MICHEL. *Znanje i moć*. Zagreb: Biblioteka Homo absconditus, 1994. 143-163.
14. GRADDY, KATHRYN. „Prikaz knjige: Don Thompson: The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art“, u: *Journal of Cultural Economics*, sv. 33, svibanj 2009. 233-237.
15. GROYS, BORIS. *Učiniti stvari vidljivima: Strategije suvremene umjetnosti*, Zagreb: Biblioteka Refleksije, 2006.
16. HODŽIĆ, ENA. *Muzej suvremene umjetnosti u Zagrebu kao institucija kulture*, Zagreb: Filozofski fakultet, 2012. 8.
17. JAMESON, FREDRIC. „Postmodernizam ili kulturna logika kasnog kapitalizma?“, u: *Postmoderna: Nova epoha ili zabluda*, KUVACIĆ, IVAN; GVOZDEN FLEGO (ur.), Zagreb: Naprijed, 1988. 187-233.
18. KARP, IVAN; FRED WILSON. Constructing the spectacle of culture in museums, u: *Thinking About Exhibitions*, ur. Reesa Greenberg, Bruce W. Ferguson, Sandy Nairne (London: Routledge, 2005.), 260.
19. KOŠČEVIĆ, ŽELIMIR. „Kiparstvo u Hrvatskoj 1950-1990“, u: *Život umjetnosti* (56-57), Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1995. 4-10.
20. MAKOVIĆ, ZVONKO. „Nova slika, hrvatsko slikarstvo osamdesetih godina“, u: *Život umjetnosti* (33-34), Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1982. 7-21.
21. MAROEVIĆ, TONKO. „Umjetnost danas“, u: *Život umjetnosti* (58). Zagreb: Institut za povijest umjetnosti, 1996. 8-16.

22. MARSHALL, ALFRED. *Principi di economia*. Torino: UTET, 1972.
23. NARDI SPILLER, CRISTINA. *Incontro con l'economia dell'arte*. Torino: G.Giappichelli Editore, 2005.
24. NARDI SPILLER, CRISTINA; PAOLA SAVI, *La dimensione economica e territoriale dell'attività umana: Cultura, arte e intrattenimento*. Verona: QuiEdit, 2010.
25. O'DOHERTY, BRIAN. *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space*. San Francisco: The Lapis Press, 1986.
26. PIROSKA, DOSSI. *ART MANIA, Come l'arte contemporanea sta conquistando il mondo (e perché)*. Milano: Silvana Editoriale, 2009.
27. POLI, FRANCESCO. *Il sistema dell'arte contemporanea: Produzione artistica, mercato, musei*. Rim; Bari: Laterza, 2011.
28. PURGAR, KREŠIMIR. (ur.), *K15 Pojmovnik nove hrvatske umjetnosti*, Zagreb: Kontura Art magazin, 2007.
29. ROSSI, GUIDO. „Il contro – mercato dell'arte“, u: *I mercati dell'arte – aspetti pubblici e privati*, ur. Sergio Ricossa. Torino: Allemandi, 1991. 79-83.
30. RUTHERFORD, DONALD. *Routledge Dictionary of Economics*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2002. 79., 253., 419.
31. SANTAGATA, WALTER. *La fabbrica della cultura: Ritrovare la creatività per aiutare lo sviluppo del paese*. Bologna: Il Mulino, 2007.
32. ŠUVAKOVIĆ, MIŠKO. *Pojmovnik suvremene umjetnosti*. Zagreb: Horetzky Zagreb, 2005. 604.
33. THOMPSON, DON. *The \$12 million stuffed shark: the curious economics of contemporary art*, New York: Palgrave Macmillan, 2008.
34. VELTHUIS, OLAV. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press, 2005.

35. WHILE, AIDAN. „Locating Art Worlds: London and the Making of Young British Art“, u: *Area*, sv. 35, br.3, 251-263. Kensington; London: Wiley on behalf of Royal Geographical Society, 2003.
36. WÖLFFLIN, HEINRICH. *Temeljni pojmovi povijesti umjetnosti: problem razvoja u novijoj umjetnosti*. Zagreb: Kontura, 1998. [Prijevod djela: *Kunstgeschichtliche Grundbegriffe: Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst*, München, prvo izdanje 1915.]
37. WORTHY, MARTIN K. „The Tax Reform Act of 1969: Consequences for Private Foundations“, u: *Law and Contemporary Problems* (39), jesen 1975. 232-254.
38. ZORLONI, ALESSIA. *L'economia dell'arte contemporanea: Mercati, strategie e star system*. Milano: Franco Angeli, 2011.

## POPIS IZVORA:

1. AKBAR, ARIFA. „Charles Saatchi: a blessing or a curse for young artists?“, u: *TheIndependent*, 13.6.2008. <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/charles-saatchi-a-blessing-or-a-curse-for-young-artists-846244.html>[20.08.2013]
2. ASHENFELTER, ORLEY; KATHRYN GRADDY. *Anatomy of the rise and fall of a price-fixing conspiracy: Auctions at Sotheby's and Christie's*. National bureau of economic research: NBER WorkingPapers, rujan 2009. [http://www.nber.org/papers/w10795.pdf?new\\_window=1](http://www.nber.org/papers/w10795.pdf?new_window=1) [2.8.2013.]

3. BARBIR – MLADINOVIĆ, ANKICA. „Kritike na rad Muzeja suvremene umjetnosti“, u: *Radio Slobodna Evropa*, 8.9.2012.  
<http://www.slobodnaevropa.org/content/muzej-suvremene-umjetnosti-jedinstven-pofundusu/24701718.html> [26.08.2013.]
4. CABRA, MAR; MICHAEL HUDSON. „Mega-RichUseTaxHavens to Buy andSellMasterpieces“, u: *TheInternationalConsortiumofInvestigativeJournalists*, 3. travnja 2013. <http://www.icij.org/offshore/mega-rich-use-tax-havens-buy-and-sell-masterpieces>[28.8.2013.]
5. CULLER, JEREMY N. *Mapping sites, Rethinking Systems: Some Notes on Collecting Post-Medium Specific Art*, 2012. 1.  
[http://www.academia.edu/1714678/Mapping\\_Sites\\_Rethinking\\_Systems\\_Some\\_Notes\\_on\\_Collecting\\_Post-Medium\\_Specific\\_Art](http://www.academia.edu/1714678/Mapping_Sites_Rethinking_Systems_Some_Notes_on_Collecting_Post-Medium_Specific_Art) [2.8.2013.]
6. DRUŠTVO ARHITEKATA ZAGREBA, „AGP dizajn i Morana Vlahović: Lauba“, u: *DAZ*, 8.12.2011
7. GLANCEY, JONATHAN. „Charles Saatchi buys artworks like Imelda Marcos bought shoes“, u: *TheIndependent*, 17.02.1996.: <http://www.independent.co.uk/life-style/charles-saatchi-buys-artworks-like-imelda-marcos-bought-shoes-1319353.html>[20.08.2013]
8. IVANA HANAČEK. „Sinergija komodifikacije i revizionizma“, u: *Le monde diplomatique* – hrvatsko izdanje, 24.3.2014. <http://lemondediplomatique.hr/sinergija-komodifikacije-i-revizionizma/> [28.3.2014.]
9. HRGOVIĆ, MAJA. „'Erste fragmenti' detektiraju nove trendove na likovnoj sceni“, u: *Novi list*, 21.4.2013. <http://www.novolist.hr/Kultura/Izlozbe/Erste-fragmenti-detektiraju-nove-trendove-na-likovnoj-sceni> [1.8.2013.]
10. KRAUSS, ROSALIND. „The cultural Logic of the Late Capitalist Museum“, u: *October*, sv.54, jesen 1990. MIT Press, 3-17.
11. LEONIDA KOVAČ. „MSU nije postao okružje koje generira kritičko mišljenje“, u: *Novosti*, 20.1.2014. <http://www.novosti.com/2014/01/leonida-kovac-msu-nije-postao-okruzje-koje-generira-kriticko-misljenje/> [28.2.2014.]
12. LEWIS, BEN (rež.). *The Great ContemporaryArtBubble*, BBC FOUR, London, 2009.
13. MAAK, NIKLAS. „Ego-seums are coming to Europe“, u: *Presseurop* , 24.6.2010.  
<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/museen-kunst-als-privatsache-1996247.html>  
[30.7.2013.]

14. OŽEGOVIĆ, NINA. „Najveći kolekcionar suvremene umjetnosti: Suvremeni slikari su jeftini jer kod nas svi kupuju mrtvace“, u: *Nacional* (446), 1.6.2004.  
<http://www.nacional.hr/clanak/13828/suvremeni-slikari-su-jeftini-jer-kod-nas-svi-kupuju-mrtvace> [2.8.2013.]
15. OŽEGOVIĆ, NINA. „Kolekcionari između falsifikata i originala: Milijunske tajne trgovaca umjetnina“, u: *Nacional* (593), 27.3.2007.  
<http://www.nacional.hr/clanak/32820/milijunske-tajne-trgovaca-umjetnina> [2.8.2013.]
16. OŽEGOVIĆ, NINA. „Novi Art centar na zapadu Zagreba: Oaza suvremene umjetnosti u vojnoj jahaonici“ u *Nacional*, ur. Mislav Šimatović, 29.3.2011.  
<http://www.nacional.hr/clanak/104745/oaza-suvremene-umjetnosti-u-vojnoj-jahaonici> [31.7.2013.]
17. PETRA TOMLIJANOVIĆ, „Lauba – najmlađa stogodišnjakinja u gradu“, u: *pogledaj.to*, 18.4.2011. <http://pogledaj.to/arhitektura/lauba-%E2%80%93-najmlada-stogodisnjakinja-u-gradu/> [27.7.2013.]
18. SHARF, SAMANTHA. „The Top Corporate Art Collection“, u: *Forbes*, 8.2.2012. bez paginacije. <http://www.forbes.com/sites/samanthasharf/2012/08/02/jpmorgan-ubs-and-other-big-banks-boast-top-corporate-art-collections/> [1.8.2013.]
19. SOKIĆ, DAMIR. „Planski zapošljavani kustos: Biškušić je napunio MSU svojim pulenima“, u: *GLOBUS*, 15.1.2013. bez paginacije.
20. SOZANSKI, EDWARD J. A Collector with World Influence: Charles Saatchi and his Gallery, u: *philly.com*, 4.9.1988. [http://articles.philly.com/1988-09-04/news/26233674\\_1\\_charles-saatchi-anselm-kiefer-jonathan-borofsky](http://articles.philly.com/1988-09-04/news/26233674_1_charles-saatchi-anselm-kiefer-jonathan-borofsky) [2.8.2013.]
21. THE EDITORS OF ART NEWS. „The 2013 ARTnews 200 Top Collectors: Who are the world's most active art buyers? Presenting the 2013 ARTnews 200“, u: ARTnews, 7.9.2013. <http://www.artnews.com/2013/07/09/the-2013-artnews-200-top-collectors/> [10.9.2013.]
22. WEAVER, CAT. „When Private Collectors go Public: Part 1: Ego, Branding, Power and Taxes“, u: *galleryIntell*, lipanj 2013., bez paginacije. <http://www.galleryintell.com/when-private-collectors-go-public-part-1/> [30.7.2013.]

#### INTERVJUI:

1. Žanko, Vanja. Osobni intervju. 16.07.2013.
2. Mihočinec, Zdravko i Albanež, Nikola: Osobni intervju. (19.07.2013.)

3. Gabrić, Dario. Osobni intervju. 19.07.2013.